



A1

ACTIO

Journal Of Technology
in Design, Film Arts &
Visual Communication

ISSN: 2665-1890

ACTIO 01 / Enero - Diciembre / 2017 / Bogotá D.C.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

Créditos

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Ignacio Mantilla Prada
Rector

Eliana Castro Silva
Facultad de Ingeniería y Administración
Decana

SEDE BOGOTÁ

Jaime Franky Rodríguez
Vicerrector

Martha Luz Salcedo Barrera
Facultad Artes
Decana

César Arturo Puertas Céspedes
Escuela de Diseño Gráfico
Director

Humberto Antonio Muñoz Tenjo
Escuela de Diseño Industrial
Director

Javier Olarte Triana
Escuela de Cine y Televisión
Director

Gabriel Alba Gutiérrez
Instituto de Investigaciones Tecnológicas
Director

Danilo Moreno Hernández
Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura -IECO
Director

SEDE MEDELLÍN

John Willian Branch Bedoya
Vicerrector

Édgar Arroyo Castro
Facultad de Arquitectura
Decano

SEDE PALMIRA

Jesús Sigifredo Valencia Ríos
Vicerrector

COEDITORES EN JEFE

Gabriel Alba Gutiérrez
Comunicador Social y Cineasta, Doctor en Ciencias de la Comunicación
Escuela de Cine y Televisión

Julio César Goyes Narváez
Filósofo, Doctor en Comunicación Audiovisual
Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura -IECO

Karen Lange-Morales
Diseñadora Industrial, Doctora en Salud Pública
Escuela de Diseño Industrial

COMITÉ EDITORIAL

Universidad del Magdalena (Colombia)

Carlos Mario Bernal Acevedo
Comunicador social y cineasta, Doctor en Educación / Mediación Pedagógica

Universidad del Valle (Colombia)

Juan Camilo Buitrago Trujillo
Diseñador Industrial, Doctor en Ciencias en Diseño y Arquitectura

Universidad Nacional de Colombia (Colombia)

Neyla Pardo Abril
Lingüista, Doctora en Lingüística Española

Universidad de Palermo (Argentina)

Alejandra Niedermaier
Fotógrafa, Psicóloga social, Magister en Lenguajes Artísticos Combinados

Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa (México)

Luis Rodríguez Morales
Diseñador Industrial, Doctor en Teoría e Historia de Arquitectura y Diseño

Universidad Rey Juan Carlos (España)

Lorenzo Torres Hortelano
Ciencias de la información, Doctor en Comunicación Audiovisual

COMITÉ CIENTÍFICO

Universidad de Buenos Aires (Argentina)

Silvio Fischbein
Arquitecto, Planificador Urbano, Artista Visual y
Director Cinematográfico

Universidad Autónoma de México (México)

Marina Garone Gravier
Diseñadora gráfica, Doctora en Historia del Arte

Universidad de Sao Paulo (Brasil)

Maria Dora Genis Mourão
Bachelor en Cine, Doctora en Cine

Universidad Complutense de Madrid (España)

Jesús González Requena
Psicólogo, Ciencias de la Información, Doctor en
Comunicación Audiovisual

Universidad Jaume I (España)

Jaume Gual
Ingeniero en Diseño Industrial, Doctor en
Proyectos de Innovación Tecnológica

Universidad Pompeu Fabra (España)

Carlos Alberto Scolari
Comunicador Social, Doctor en Lingüística
Aplicada y Lenguajes de la Comunicación

PARES EVALUADORES

Pablo Abril Contreras
Universidad Nacional de Colombia

José Javier Aguilar Zambrano
Universidad Nacional de Colombia

Fredy Chaparro Sanabria
Universidad Nacional de Colombia

Luis Fernando Morales Morante
Universidad Autónoma de Barcelona

Amit Ray
Shiv Nadar University

Gustavo Adolfo Ramos Muñoz
Universidad Autónoma de Occidente

Omar Gerardo Rincón Rodríguez
Universidad de los Andes

Pedro Uriel Sánchez Zárate
Universidad Nacional de Colombia

Andrés Sicard Correa
Universidad Nacional de Colombia

William Vásquez Rodríguez
Universidad Nacional de Colombia

Itzia Eréndira Guzmán Morales
Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad
Cuajimalpa.

Diana Valero Ramírez
Universidad del Valle.

Laura Zambrini
Universidad de Buenos Aires.

María Ximena Dorado Velasco
Universidad del Valle

Jani Galland Jiménez
Universidad Nacional Autónoma de México.

Tatiana Cuéllar Torres
Universidad del Valle

María Fernanda Ramírez Escobar
Universidad del Valle

Andrés Reina Gutiérrez
Universidad del Valle

EDITORES DE APOYO

Sede Bogotá

César Arturo Puertas Céspedes
Diseñador Gráfico, Magister en Diseño de
Tipografía
Escuela de Diseño Gráfico

Sede Medellín

Augusto Solórzano Ariza
Diseñador Industrial y Maestro en Artes Plásticas,
Doctor en Filosofía
Facultad de Arquitectura

Sede Palmira

Gloria Patricia Herrera Garay
Diseñadora Industrial, Doctora en Ergonomía
Facultad de Ingeniería y Administración

PRODUCCIÓN

Mgs. César Puertas Céspedes
Diseño editorial

Linda Carolina Rodríguez Tocarruncho
Corrección de estilo

D.I. Lissa Muriel Guisado
Diagramación

D.G. Andrés Hernández Vargas
Diseño web

Contenido

EDITORIAL

Editorial

Gabriel Alba Gutiérrez, Julio César Goyes Narváez, Karen Lange-Morales & César Puertas Céspedes

08

ARTÍCULOS

Il ruolo sociale della comunicazione e lo storytelling audiovisivo. Strumenti di design per il dialogo sociale

Marisa Galbiati

24

Investigación y teoría en diseño. Un posible enfoque ante el cambio paradigmático

Luis Rodríguez Morales

34

Databases of digital fonts as sources for providing alternatives for font selection

César Puertas Céspedes

46

Design and learning in higher education: A perspective from Finland

Teemu Leinonen

56

Canales comunitarios de televisión, expectativas y reglamentación

Jaime Rodolfo Ramírez Rodríguez

64

Diseño para la visibilización de las manifestaciones del patrimonio cultural de Cali

Félix Cardona Olaya

80

Diseño y política. Prácticas de agenciamiento y transformación social

Ginette Múnera Barrios

90

Experiencias pedagógicas que detonan oportunidades locales

Juan Manuel España Espinoza, Diego Andrés Romero Cotrino & Judith Amparo Rodríguez Azar

102

Processo experimental de efeitos gráficos visuais

Eunice Liu & Fábio Yam Gomes Liu

112

RESEÑA

Goyes Narváez, Julio César, La mirada espejeante. Análisis textual del film El espejo (1974), de Andréi Tarkovski

Lorenzo Torres Hortelano

126

Editorial

Editorial

Gabriel Alba Gutiérrez

Julio César Goyes Narváez

Karen Lange-Morales

César Puertas Céspedes



ACTIO 01 / 2017
Journal Of Technology
in Design, Visual Arts &
Communication



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

ES Editorial

EN Editorial

ITA Editoriale

FRA Éditorial

POR Editorial

Gabriel Alba Gutiérrez

Julio César Goyes Narváez

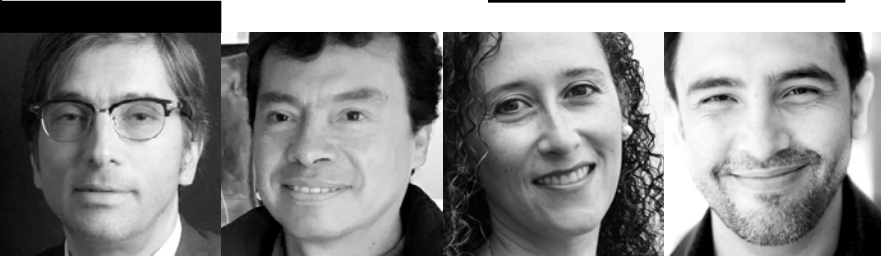
Karen Lange Morales

César Puertas Céspedes

Editorial

GABRIEL ALBA GUTIÉRREZ, JULIO CÉSAR GOYES NARVÁEZ, KAREN LANGE-MORALES Y CÉSAR PUERTAS CÉSPEDES

Coeditores responsables del primer número / Coeditors responsible for the first issue



«**Tenemos mucho saber pero poco conocimiento**» esta frase describe una de las principales motivaciones de este proyecto editorial que, con este primer número, abre un nuevo capítulo en la producción de conocimiento alrededor de la tecnología en diseño, artes filmicas y comunicación visual.

El impulso inicial surgió de la Escuela de Diseño Industrial de la Universidad Nacional de Colombia, la cual reconocía la necesidad de un espacio para la difusión de conocimiento en diseño, tanto el producido internamente como el generado externamente, que promoviera el debate disciplinar. A esta iniciativa se sumaron la Facultad de Arquitectura de la Sede Medellín, el Departamento de Diseño de la Sede Palmira y la Escuela de Diseño Gráfico de la Sede Bogotá. Lo anterior llevó a la ampliación del enfoque centrado tácitamente en el diseño a una aproximación del diseño más holística, la cual abarca el diseño gráfico, el diseño industrial, el diseño arquitectónico y, por qué no, otros diseños que se encargan de transformar el mundo.

Considerando que la viabilidad y futuro del proyecto era más promisorio y factible si se unían esfuerzos, se incorporaron a esta iniciativa un instituto y una escuela que tienen también interés en la creación de un espacio para la difusión de conocimiento. La Escuela de Cine y Televisión estaba trabajando alrededor de una publicación que pudiera leerse, verse y oírse, y que permitiera publicar tanto trabajos de investigación como obras de creación. Igualmente, el Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura (IECO) buscaba una revista propia donde difundir sus investigaciones e intercambiar artículos con muchos investigadores asociados. Esto generó un acercamiento informal para que se intentara una publicación conjunta y más robusta que tres publicaciones más frágiles. La idea maduró, aunque las dudas surgían porque sería una publicación con tres áreas, pero sin ningún eje común

«**We have a lot of wisdom but little knowledge**» This phrase describes one of the main motivations for this editorial project, which, with this first issue, opens a new chapter in the production of knowledge about technology in design, film arts and visual communication.

The initial impetus arose from the School of Industrial Design of the National University of Colombia, which recognized the need for a space for the dissemination of design knowledge, both produced internally and generated externally, which would promote disciplinary debate. Joining this initiative were the School of Architecture at the Medellín Campus, the Department of Design at the Palmira Campus, and the School of Graphic Design at the Bogotá Campus. This led to the expansion of an implicitly-focused design approach to a more holistic design approach that encompasses graphic design, industrial design, architectural design and, why not, other designs that are responsible for transforming the world.

Considering that the viability and future of the project would be more promising and feasible if efforts were joined, an institute and a school that also have an interest in the creation of a space for the dissemination of knowledge were incorporated in this initiative. The School of Cinema and Television was working on a publication of both research work and creative work that could be read, seen and heard. Also, the Institute of Studies in Communication and Culture (IECO) was looking to publish its own journal in order to disseminate its research and exchange articles with many associated researchers. This generated an informal approach for undertaking a joint publication that would be more robust than three more fragile publications. The idea matured, although doubts arose because it would be a publication with three areas, but without any common integrating axis. At that time, the initiative was joined by

integrador. En ese momento se unió el Instituto de Investigaciones Tecnológicas de la Facultad de Artes y agrupó estas áreas dispersas alrededor de las tecnologías. Sería entonces una publicación alrededor del nuevo conocimiento de las tecnologías del diseño, las artes filmicas y la comunicación visual.

La opción de ACTIO por la exploración de nuestros campos de interés determinados por las tecnologías está inscrita en la intersección arte-ciencia-tecnología a partir de la convicción de que se trata de un territorio emergente en las nuevas *sociedades del conocimiento* cargado de enormes potenciales.

Creemos que la confluencia del diseño, las artes filmicas, la comunicación visual y las tecnologías es extremadamente fértil. No solo porque las posibilidades de producción de formas visuales que proporcionan las tecnologías digitales de generación y tratamiento de la imagen son enormes, sino también porque sus potenciales de distribución al tejido social superan, con mucho, los de otros canales más tradicionales. Creemos, por tanto, que las artes y el diseño de nuestro tiempo —y más aún las de los tiempos venideros— no pueden pensarse ajenas a las extraordinarias nuevas posibilidades que el escenario de las tecnologías digitales les proporciona y proporcionará con creces en un futuro que ya empezamos a vivir.

Siendo este el primer número de la revista, ofrecemos una editorial extendida que esboce algunos de los elementos clave de este proyecto, con el fin de invitar a la creación, producción, discusión, difusión de aportes disciplinares y transdisciplinares relacionados con la tecnología (en su más amplia expresión) en y alrededor del diseño, artes filmicas y comunicación visual.

LA TECHNÉ: CAMPO ESTRATÉGICO DE PRÁCTICAS SOCIOMATERIALES

Hasta hace poco definíamos la tecnología diferenciándola de la técnica (del griego, τέχνη *tékhnē* ‘arte, técnica, oficio’). Pensar esta diferencia implicó ir del artefacto al uso razonado de este. Martin Heidegger, en *La pregunta por la técnica* (1954), observa que cuando el sujeto se reconoce como existente revela la presencia del ser en el tiempo. Este reconocimiento es técnico, por cuanto el sujeto se valora a sí mismo. De suerte que el *dasein* (‘poder ser’: proyecto) tiene la posibilidad de cargar de utilidad los instrumentos. Las cosas, por tanto, se proveen de un sentido objetivo cuando los sujetos del conocimiento les asignan utilidad y existencia dentro de un proyecto en el mundo. La técnica es un medio para un fin y un hacer del ser humano, no obstante, es preciso que el ser humano

the Technological Research Institute of the School of Arts, which grouped these dispersed areas around technologies. It would then be a publication about the new knowledge of the technologies of design, film arts and visual communication.

ACTIO’s decision to explore our fields of interest determined by technologies lies at the intersection of art, science and technology, based on the conviction that it is an emerging territory in the new *knowledge societies* loaded with enormous potential.

We believe that the confluence of design, film arts, visual communication and technologies is extremely fertile. Not only because the possibilities of producing visual forms provided by digital image generation and treatment technologies are enormous, but also because the potential for their distribution to the social fabric far exceed those of other more traditional channels. We believe, therefore, that the arts and design of our time—and, even more so, those of times to come— cannot be thought about apart from the extraordinary new possibilities that the digital technology scenario amply provides, and will provide in a future that we are now beginning to experience.

As this is the first issue of the journal, we offer an extended editorial that outlines some of the key elements of this project, for the purpose of inviting the creation, production, discussion and dissemination of technology-related disciplinary and transdisciplinary contributions (in their broadest expression) in and around design, film arts and visual communication.

TECHNE: STRATEGIC FIELD OF SOCIOMATERIAL PRACTICES

Until recently, we defined technology by differentiating it from technique (from the Greek, τέχνη *tékhnē*, ‘art, technique, craft’). Thinking about this difference involved going from the artifact to its reasoned use. Martin Heidegger, in *The Question Concerning Technology* (1954), observes that when subjects recognize themselves as existing, they reveal the presence of being in time. This recognition is technical, inasmuch as subjects value themselves. In such a way that the *dasein* (‘ability to be’: project) has the possibility of charging instruments with utility. Things, therefore, are provided in an objective sense when subjects of knowledge assign them utility and existence within a project in the world. Technique is a means to an end and a human endeavor. However, it is necessary for human beings to try to master technique,

intente dominar la técnica, pues esta amenaza con escapar de su control, de lo contrario se descuida la ciencia y se sobrevalora la técnica y el método.

Comúnmente se toma por técnica a la visión instrumental, pero esta también es un producir (un desocultar), un traer adelante, una imposición, un provocar. La *techné* más allá de producir (confeccionar) está unida a la *epistheme* (conocimiento). Según esto, la técnica implicada por el tiempo histórico es antigua en el sentido de desocultar la verdad, equilibrar el ser de las cosas y producir conocimiento, y es moderna porque provoca y libera energías, explota y acumula. Es decir, impone una racionalidad tecnológica que alimenta, por ejemplo, la caída del aura en las obras de arte al reproducirlas mecánicamente (Benjamín, 1936).

Con la globalización y el capitalismo cognitivo, la tecnología se experimenta como conocimiento, pero también como imposición del mercado, de lo político, de la industria. Reflexionar sobre las tecnologías desde la implicación entre saber y poder es atender el campo estratégico de la formación de momentos históricos (Foucault, 1979), donde las tecnologías de la información y la comunicación conforman una ecología de aparatos, instituciones, discursos y textos que emergen como prácticas sociales interculturales e interdisciplinarias, y como dispositivos que inscriben procesos de subjetivación (Agamben, 2014), matrices de lo imaginario, social, mágico, profético y apocalíptico (Cabrera, 2006). En todo caso, se pone en juego la sensibilidad de los individuos y lo que estos experimentan con las promesas sociales del conocimiento en un futuro que se vive en presente y cuya experiencia cultural se rehace continuamente.

UNA VISIÓN DE LA TECHNÉ DESDE LOS DISEÑOS

Durante muchos siglos, las tecnologías analógicas (cuyas variables cambian de forma continua en el tiempo y pueden tomar valores infinitos) predominaron en la producción de diseño. Quienes tengan 4 o más décadas recordarán que para diseñar había que untarse, ensuciarse, cansarse de manos, brazos y piernas, a veces estando de pie para caminar de un lado al otro del estudio y poder así encontrar los materiales o herramientas necesarias, y otras estando agachado para pintar una superficie que no cabía en la mesa de dibujo. Se usaban rapidógrafos para delinear bien, letraset para evitar la engorrosa tarea de componer textos, lápices de colores y marcadores de alcohol para colorear y lápices de dibujo de durezas variables para bocetar. Se aprendía a artefinalizar y a pegar con solución de caucho en botella o en aerosol. Las herramientas digitales en uso eran escasas y costosas, como Pagemaker 5 y CorelDRAW 4. El trabajo digital tenía que caber en uno o varios *diskettes* si se usaba alguna utilidad de compresión, pero el último *diskette* era el que

since it threatens to escape their control; otherwise science is neglected, and technique and method are overvalued.

It is common to take an instrumental view of technique, but this is also a producing (unconcealment), a bringing forth, an imposition, a provoking. *Techné* beyond producing (making) is joined to *episteme* (knowledge). According to this, technique implicated by historical time is old in the sense of uncovering the truth, balancing the being of things and producing knowledge, and it is modern because it provokes and releases energies, exploits and accumulates. That is, it imposes a technological rationality that feeds, for example, the fall of the aura in works of art by mechanically reproducing them (Benjamín, 1936).

With globalization and cognitive capitalism, technology is experienced as knowledge, but also as an imposition of the market, of the political, of industry. To reflect on technologies from the implication between knowledge and power is to address the strategic field of the formation of historical moments (Foucault, 1979), where information and communication technologies form an ecology of apparatuses, institutions, discourses and texts that emerge as intercultural and interdisciplinary social practices, and as devices that inscribe processes of subjectivation (Agamben, 2014), matrices of the imaginary, social, magical, prophetic and apocalyptic (Cabrera, 2006). In any case, what is put in play are the feeling of individuals and what they experience with the social promises of knowledge in a future that is lived in the present, and whose cultural experience is continually remade.

A VISION OF TECHNÉ FROM DESIGNS

For many centuries, analog technologies (whose variables change continuously over time and can take infinite values) predominated in the production of design. Those who are four or more decades old will remember that in order to design, one had to get covered in grease and dirt, suffer tired hands, arms and legs, sometimes standing up to walk from one side of the study to the other in order to find the necessary materials or tools, and other times bending over in order to paint a surface that did not fit on the drawing board. We used drawing pens to delineate well, Letraset to avoid the cumbersome task of composing texts, colored pencils and alcohol markers for coloring, and drawing pencils of different degrees of hardness for sketching. We learned how to make the art camera-ready, and to paste with bottled or aerosol rubber solution. The digital tools in use, like PageMaker 5 and CorelDRAW 4, were scarce and expensive. Digital work had to fit on one or more *diskettes* if a compression utility was used, but the last *diskette* was the one that usually

solía fallar, de manera que todo el archivo corría el riesgo de perderse si no se tenía una copia de respaldo. Los estudiantes solíamos copiar las fuentes tipográficas que encontrábamos en los computadores que visitábamos y las instalábamos de manera indiscriminada en cualquier computador en el que pudiéramos trabajar. Pero había que fijarse muy bien en el formato y en el sistema operativo porque no existía un formato universal.

En este ambiente de mediados de los años 90, la tecnología digital para diseño, aunque escasa, costosa y lenta, avanzaba sin parar. Algunos docentes y diseñadores la veían con desconfianza: «El computador nos va a quitar el trabajo», «el diseñador es el que piensa, no el que hace» (de modo que no importa mucho si no sabemos manejar los programas de diseño), «el computador no diseña por sí solo», se pensaba y decía.

En la misma década apareció Internet y, a su vez, la posibilidad de asomarnos al mundo desde nuestro escritorio, de viajar sin movernos de la silla. Para ser diseñador (al menos diseñador gráfico) ya no era suficiente saber dibujar en vectores en Corel Draw, hacer retoque digital en Photoshop y componer textos en PageMaker. Ahora resultaba imprescindible también saber hacer páginas web y al menos tener una idea de multimedia. El concepto del diseño gráfico entró en crisis y se puso de moda en todas partes la discusión sobre la muerte del impreso.

Veinte años más tarde, los dispositivos digitales están por todas partes y resulta difícil pasar un solo día sin conexión a Internet. El diseño es casi completamente digital y el envío de archivos por correo electrónico o el almacenamiento en la nube es lo más fácil. El cambio en los tiempos de diseño es significativo y la perfección de lo diseñado es cada vez mayor. La gente se comunica a través de redes sociales en donde establecen conversaciones cada vez más sofisticadas y aportan contenidos gracias a dispositivos propios. A pesar de lo anterior, en pleno siglo XXI, algunas escuelas de diseño se empeñan en subestimar el rol de la tecnología en nuestra profesión, y la relegan a oficio finalizador o mero economizador de esfuerzos, todo con el fin de aumentar la productividad.

El título profesional de diseñador gráfico o industrial suena cada vez más mundano, más limitado y ha dado paso a otros acaso más específicos y sofisticados, como el de diseñador de interacción, de interfaz de usuario, de comunicaciones. Por otra parte, y aunque la participación de las humanidades en el currículo se ha incrementado, a muchos profesores y estudiantes todavía les resulta difícil saber qué hacer con toda la información proveniente de investigación de usuarios, estudios de mercado, perfiles psicológicos, teorías filosóficas y otras bases teóricas, así como el modo adecuado de aplicarlas a un proyecto de diseño. Esta información se usa con frecuencia más para justificar proyectos *a posteriori* que para motivarlos *a priori*. Algunos autores incluso llegan a considerar el

failed, so that you ran the risk of losing the entire file if you didn't have a backup copy. As students, we used to copy the typographic fonts that we found on computers that we visited, and we installed them indiscriminately on any computer on which we could work. But we had to pay attention to the format and the operating system because there was no universal format.

In this environment of the mid-90s, digital technology for design, although scarce, expensive and slow, was advancing non-stop. Some teachers and designers viewed it with distrust: "Computers are going to take away our jobs," "the designer is the one who thinks, not the one who does" (so it doesn't matter much if we don't know how to manage the design programs), "computers don't design on their own," they thought and said.

The Internet appeared during this decade, and with it the possibility of looking out on the world from our desks, of traveling without moving from our seats. To be a designer (at least a graphic designer), it was no longer enough to know how to draw vectors in CorelDRAW, to do digital retouching in Photoshop, and to compose texts in PageMaker. It was now also essential to know how to create web pages, and at least have a multimedia idea. The concept of graphic design went into crisis, and discussions about the death of printed matter became fashionable everywhere.

Twenty years later, digital devices are everywhere, and it is difficult to spend a single day without an Internet connection. Design is almost completely digital, and sending files by email or storing them in the cloud is the easiest thing to do. Changes in design times are significant, and the perfection of designs is growing. People communicate through social networks in which they engage in ever more sophisticated conversations and contribute content using their own devices. Despite this, well into the twenty-first century some design schools insist on underestimating the role of technology in our profession, and relegating it to a finalizing or mere economizing function, all for the purpose of increasing productivity.

A professional degree in graphic or industrial design sounds increasingly mundane and more limited, and has given way to others that are perhaps more specific and sophisticated, such as interaction designer, user-interface designer, and communication designer. And while humanities' participation in the curriculum has grown, many professors and students still find it difficult to know what to do with all of the information coming from user research, market studies, psychological profiles, philosophical theories and other theoretical bases, as well as the appropriate way of applying it to a design project. This information is frequently used more to justify projects *a posteriori* than to motivate them *a priori*. Some

diseño como un cascarón hueco (Chaves, s. f.) desprovisto de contenidos propios, mientras que otros proponen una teoría del diseño desde el diseño (Krippendorff, 2006).

En medio de esta discusión, la tecnología avanza y no espera a que logremos unos mínimos acuerdos. En lo que al diseño respecta, la inteligencia artificial, Internet de las cosas, los sensores ubicuos y los implantes cibernéticos parecen las tecnologías más prometedoras, pero cada vez las entendemos menos. Se hace necesario y urgente cambiar la idea de tecnología como actriz de reparto en la puesta en escena del diseño. Este cambio de perspectiva requiere entender el diseño como una de las principales actividades intelectuales del siglo XXI, capaz de poner a países en la ruta del desarrollo y de proponer mucho más que maquillajes de una realidad incómoda. Al diseño le corresponde nada más ni nada menos que imaginar el futuro que queremos con un nivel de detalle que ninguna otra profesión puede ofrecer. Le corresponde proponer los sueños que serán una realidad en las próximas décadas y empujar el desarrollo tecnológico con base en los deseos de la humanidad.

La tecnología es la que determina lo que es y no es posible en diseño. Dentro de lo que es realizable, el diseño determina aquello que es deseable, pues tiende a mejorar una situación existente. El diseño es pues, fundamentalmente ético, se aparta claramente de la aparente neutralidad de la técnica. Sin postura crítica no hay diseño porque lo posible o realizable no necesariamente es deseable. Lo deseable, a su vez, no siempre es realizable. El diseño confiere entonces sentido a la práctica de la realización de las ideas e impide que la técnica se limite a ejercer un papel netamente neutral, posibilitador hasta de lo más indeseable.

Como la tecnología hace posible que las ideas se realicen y determina cuáles son realizables y cuáles no, su papel es en cierta medida darwiniano. Pero arrogarle a la tecnología esta única función sería como asumir que es estática y no avanza. Como sabemos, la realidad es muy distinta, pues el avance de las ciencias trae consigo aplicaciones nuevas que hacen posible la realización de ideas que antes no eran realizables. Además, el diseño no siempre busca realizar solamente lo deseable, el deber ser, sino también lo que es posible, aunque al principio no sea deseable. Las posibilidades que abre la técnica en su diálogo con el diseño proponen nuevos comportamientos que a su vez retroalimentan toda la cadena.

¿De qué manera los diseñadores de hoy aprovecharemos las posibilidades que ofrece la tecnología de nuestra época? ¿Hasta qué punto mirar al pasado limitará nuestros diseños a lo ya existente? ¿Diseñamos como nos lo permiten las herramientas de hoy o usamos las nuevas herramientas como usábamos las de antes? ¿Cómo afectarán los inminentes desarrollos en inteligencia artificial los flujos de trabajo y la naturaleza misma de la

authors even consider design as a hollow shell (Chaves, undated), devoid of its own content, while others propose a theory of design from the design (Krippendorff, 2006).

In the midst of this discussion, technology advances and does not wait for us to achieve some minimum agreements. Artificial intelligence, the Internet of things, ubiquitous sensors and cybernetic implants seem to be the most promising technologies with regard to design, but we understand them less and less. It is necessary and urgent to change the idea of technology as a supporting actress in the *mise-en-scène* of design. This change in perspective requires understanding design as one of the main intellectual activities of the twenty-first century, capable of putting countries on the path of development and of proposing much more than make-up for an uncomfortable reality. Design entails nothing more and nothing less than imagining the future that we want with a level of detail that no other profession can offer. It involves proposing the dreams that will become a reality in the coming decades, and pushing technological development based on the desires of humanity.

Technology is what determines what is and is not possible in design. Within that which is attainable, design determines that which is desirable, since it tends to improve an existing situation. Design is, therefore, fundamentally ethical, as it clearly departs from the apparent neutrality of technique. There is no design without critical posture, because the possible or attainable is not necessarily desirable. What is desirable, in turn, is not always attainable. Design, then, gives meaning to the practice of the realization of ideas, and prevents technique from being limited to the exercise of a purely neutral role, enabler of even the most undesirable.

As technology makes it possible for ideas to be realized, and determines which are attainable and which are not, its role is to a certain extent Darwinian. But to arrogate to technology this unique function would be like assuming that it is static and does not advance. As we know, the reality is very different, since the advance of science brings with it new applications that make it possible to realize ideas that were not previously realizable. In addition, design does not always seek to achieve only what is desirable, the should be, but also what is possible, even though initially it is not desirable. The possibilities that technique opens in its dialogue with design propose new behaviors that in turn provide feedback to the entire chain.

How will today's designers take advantage of the possibilities offered by the technology of our time? To what extent will looking at the past limit our designs to what already exists? Do we design as today's tools allow us, or do we use the new tools like we used those of the past? How will the imminent developments in artificial intelligence affect workflows and the very nature of the

profesión del diseño? ¿Es la metáfora del escritorio una «tara» o un modo de facilitar la transición hacia modos fundamentalmente distintos de diseñar?

LA TECNOLOGÍA EN LAS ARTES FÍLMICAS

En las artes filmicas el futuro es el pasado. El cine fue un invento y una revolución tecnológica y artística. Con su invención se creó un nuevo arte y una nueva sensibilidad que hoy está siendo nuevamente transformada. El dispositivo del cine clásico, desde la cámara al proyector, desde la pantalla al celuloide, ha sido radicalmente transformado, aniquilado y expandido. Esta transformación se ha llevado a cabo en tres fases. En los años sesenta del siglo XX, el código cinematográfico se extendió de modo análogo, con los medios del propio cine. Poco después, se introdujeron nuevos elementos y aparatos como la videogradora y el código cinematográfico se expandió electromagnéticamente. La explosión subversiva que destruyó el código cinematográfico en los años sesenta afectó todos los parámetros técnicos y materiales del *film*. El carácter material de la película misma fue analizado por artistas quienes, en lugar de exponer el celuloide, lo rayaron, lo agujerearon con una perforadora, lo pintaron, lo cubrieron con huellas digitales o le pegaron polillas. También se utilizaron cuadros vacíos, película negra y material sobrepuesto.

Al mismo tiempo, el dispositivo filmico, desde la cámara al proyector, fue desmontado, rearmado, aumentado y utilizado de formas totalmente diferentes. Existieron películas sin cámara, para las cuales se insertaba celuloide sin procesar —conocido como «película transparente»— en el proyector, así como películas sin *film*, en las cuales se enfocaba la luz de un proyector, sin película, hacia una pantalla de papel, recortando secciones desde el centro hasta que no quedaba nada de ella. Más recientemente tenemos las múltiples pantallas, las múltiples plataformas, dispositivos, lo transmedia y, claro, las imágenes de síntesis producidas por ordenador. La más increíble posibilidad de creación de imágenes sin cámara y sin objeto real. Sin representación. Toda una era posfotográfica. La computadora trabaja básicamente con cálculos matemáticos y leyes puras de la física, de manera que traen a la luz imágenes que nunca fueron captadas por un ojo humano, sean «realistas» (en el sentido de verosímiles en un universo de posibilidades) o asumidamente abstractas. Para la máquina, el mundo humano conocido y físicamente experimentado no es sino una de las posibilidades de actualización del universo formal de las matemáticas y de las leyes físicas del universo. Tener o no tener una referencia concreta en el mundo material es, por lo tanto, una cuestión desprovista de pertinencia para la síntesis digital de la

design profession? Is the desktop metaphor a “tare” or a way of facilitating the transition to fundamentally different ways of designing?

TECHNOLOGY IN THE FILM ARTS

In the film arts, the future is the past. Cinema was a technological and artistic invention and revolution. Its invention created a new art and a new sensibility that are again being transformed today. The device of classical cinema, from the camera to the projector, from the screen to the celluloid, has been radically transformed, annihilated and expanded. This transformation has been carried out in three phases. In the sixties of the twentieth century, the cinematographic code was extended in an analog manner, with the media of cinema itself. Soon after, new elements and devices, such as the video recorder, were introduced and the cinematographic code was expanded electromagnetically. The subversive explosion that destroyed the cinematographic code in the sixties affected all technical and material parameters of film. The material characteristics of film were analyzed by artists who, instead of exposing the celluloid, scratched it, pierced it with a hole punch, painted it, covered it with fingerprints, or stuck moths on it. Empty frames, black film and overexposed material were also used.

At the same time, the film device, from the camera to the projector, was disassembled, reassembled, enhanced and used in completely different ways. There were cameraless movies, for which unprocessed celluloid —known as “transparent film” —was inserted in the projector, as well as filmless movies, in which the light of a projector was focused, without film, onto a paper screen, cutting sections from the center until nothing was left of it. More recently, we have multiple screens, multiple platforms, devices, transmedia and, of course, computer-produced synthesis images. The most incredible possibility of creating images without a camera and without a real subject. Without representation. A real post-photographic era. A computer basically works with mathematical calculations and pure laws of physics to bring to light images that were never captured by a human eye, that are “realistic” (in the sense of being likely in a universe of possibilities) or supposedly abstract. For the machine, the known and physically experienced human world is but one of the possibilities of updating the formal universe of mathematics and the physical laws of the universe. Having or not having a specific reference in the material world is, therefore, a question devoid of relevance for the digital synthesis of the image, since unlike media that are dependent on the enunciation of a camera —such as photography, cinema and television— computer images are entirely synthetic and do not depend on any physical connection with subjects from outside.

imagen, pues al contrario de los medios dependientes de la enunciación de una cámara —como la fotografía, el cine y la televisión—, las imágenes de la computadora son enteramente sintéticas y no dependen de ninguna conexión física con objetos del exterior. Inclusive, cuando imágenes anteriormente enunciadas con cámaras son digitalizadas, lo que se busca es explorar las infinitas posibilidades de manipulación, es decir, transfigurarlas al límite de la abstracción.

En cierto sentido, hay realmente un retorno a ciertos ideales renacentistas, no propiamente de imitación y sí de exploración de lo real, en el sentido heurístico del término. Las imágenes sintéticas buscan algo así como un realismo conceptual, un nuevo régimen de visibilidad y también de saber en el que el discurso informa de la imagen y esta, a su vez, incorpora el concepto, le da una dimensión sensible o, si se quiere, estética. Se camina rumbo a las imágenes «inteligentes», imágenes que se «saben» imágenes, capaces de actuar sobre sí mismas, transformarse, perfeccionarse e intervenir en su ambiente, respondiendo a él. En rigor, esas imágenes no se ofrecen tanto como espectáculo, algo que se deba contemplar y admirar pasivamente, sino como objetos de manipulación, como estrategias de acción. Su valor, su novedad, su «belleza» reside menos en su resultado acabado, en lo que concretamente se da a ver, que en su morfogénesis.

El futuro en las artes filmicas es, sin duda, el sueño del pasado.

TECNOLOGÍAS EN LA COMUNICACIÓN VISUAL

En la apoteosis de la hipervisualidad y la tecnopercepción, cuyo constituyente primario es la imagen, la comunicación visual no excluye lo auditivo ni ningún otro sentido, sino que es a través de lo visual que se canalizan las percepciones y experiencias de todos los sentidos produciendo pensamiento, sensibilidad y acción. Los campos olfativos, táctiles, visuales, gustativos y orales resuenan histórica y culturalmente a través de la jerarquía de los sentidos, las epistemologías y los medios de comunicación que los hacen evidentes. Aunque los sentidos actúan siempre entrelazados, uno será el que configure la percepción de cada época. De suerte que en la era de las videoculturas o culturas de la imagen, lo visual es el medio comunicativo moderno que impacta la cultura y la despliega como tecnología, experiencia, representación, imaginarios, reproducción, espectáculo, prosumidor, tradición, memoria, percepción, montaje, que son campos estratégicos para hacer la nueva lectura y escritura de las relaciones complejas entre lo popular, lo masivo y lo clásico.

Las imágenes (reales, simbólicas, imaginarias, icónicas, analógicas, digitales) no únicamente reflejan y representan, sino que se manifiestan como fuerzas

Even when images previously enunciated with cameras are digitized, the purpose is to explore the infinite possibilities of manipulation, that is, to transfigure them to the limits of abstraction.

In a certain sense, there is really a return to certain Renaissance ideals, not of imitation itself, but of exploration of the real, in the heuristic sense of the term. Synthetic images seek something like a conceptual realism, a new regime of visibility and of knowing how speech informs the image, and this in turn incorporates the concept, gives it a sensitive or, if you like, aesthetic dimension. We are on the way to “smart” images, images that “know images,” capable of acting on themselves, transforming themselves, perfecting themselves and intervening in their environment, responding to it. Strictly speaking, those images are offered not so much as spectacle, something that should be passively contemplated and admired, but rather as objects of manipulation, as strategies of action. Their value, their novelty, their “beauty” lies less in their finished result, in what is specifically given to see, than in their morphogenesis.

The future in film arts is, without a doubt, the dream of the past.

TECNOLOGIES IN VISUAL COMMUNICATION

In the apotheosis of hypervisibility and technoperception, whose primary constituent is the image, visual communication does not exclude the auditory or any other sense; rather, it is through the visual that the perceptions and experiences of all of the senses are channeled, producing thought, feeling and action. The olfactory, tactile, visual, gustatory, and oral fields resonate historically and culturally through the hierarchy of the senses, the epistemologies and means of communication that make them evident. Although the senses always act in an intertwined manner, one will serve to configure the perception of each era. Such that in the era of video cultures or image cultures, the visual is the modern communicative medium that impacts the culture and deploys it as technology, experience, representation, imagery, reproduction, spectacle, prosumer, tradition, memory, perception, assembly, which are strategic fields for making the new reading and writing of the complex relationships between what is popular, massive and classical.

Images (real, symbolic, imaginary, iconic, analog, digital) not only reflect and represent, but also are manifested as aesthetic, political, economic and cultural technological forces that build thought, social practices and historical meaning. The emotional, expressive and communicative situations of the image lead social and educational actors to functions that are no longer

tecnológicas estéticas, políticas, económicas y culturales que construyen pensamiento, prácticas sociales y sentido histórico. Las situaciones emocionales, expresivas y comunicativas de la imagen conducen a los actores sociales y educativos a funciones que ya no son solo normativas, receptivas y recreativas, sino creativas, productivas, colaborativas, multiexpresivas e interdisciplinarias en las cuales ciencia, arte y técnica construyen nuevas subjetividades.

El cambio tecnocultural, epistemológico y estético donde la imagen es protagonista ha sido redimensionado y, más que imágenes, lo que hay son nuevas visualidades, estéticas de lo visible, culturas visuales. Es posible que el concepto de *audiovisualidad* ya no sea suficiente para albergar los nuevos regímenes de visibilidad cultural: desintegra las representaciones y pone en evidencia los imaginarios tecnológicos; complican la producción simbólica y se abre a la convergencia de medios de información y comunicación; desajusta la teoría investigativa y la gramática metodológica al intervenir procesos creativos; globaliza lo local y desdibuja las fronteras entre lo distante y cercano, lo público y lo privado, lo individual y lo colectivo, la ficción (los sueños y el arte) y la realidad (la vida, el trabajo), lo permanente y lo fugaz, lo estético y lo ético, lo rural y lo urbano, lo clásico, popular y masivo, etc.

El texto visual es experiencia escritural donde el sujeto padece, goza y crea la emergencia de la visualidad en el ámbito del lenguaje que, más que constatado en el enunciado comunicativo (discursividad), es sentido en la enunciación con sus límites racionales y legibles (experiencia). El juego continuo, estructurado o troceado entre la trama y el fondo, el relato y la fragmentación visual es mediación y matriz de la subjetividad capaz de pensar en imágenes, percibir nuevas sensibilidades, escapar a los códigos, desear otras emociones y experimentar diferentes flujos culturales. La visualidad provoca nuevo conocimiento e innova las prácticas comunicativas, narrativas, simbólicas e informáticas capaces de reflexionar sobre cómo se ven, imaginan, representan y generan los relatos culturales hoy. Con las tecnologías del cine, la fotografía, el videoarte, la transmedia, la comunicación visual, se intenta lo improbable, incluso visibilizar lo que hasta ahora permanece oculto.

UNA INTRODUCCIÓN AL PRIMER NÚMERO

Siendo coherentes con el enfoque inclusivo de esta publicación, el primer número incluye cinco artículos en castellano, dos artículos en inglés, un artículo en italiano y un artículo en portugués. Tocan temas de interés tanto para el diseño como para la comunicación visual y las artes filmicas. El primer artículo, titulado

only normative, receptive and recreational, but also creative, productive, collaborative, multi-expressive and interdisciplinary, in which science, art and technique construct new subjectivities.

The techno-cultural, epistemological and aesthetic change in which the image is protagonist has been resized and, more than images, what exist are new visualities, aesthetics of the visible, visual cultures. It is possible that the concept of *audiovisuality* is no longer sufficient to accommodate the new regimes of cultural visibility: it disintegrates the representations and puts in evidence the technological imageries; it complicates symbolic production and opens to the convergence of information and communication media; it disarranges research theory and methodological grammar when creative processes intervene; it globalizes the local and blurs the boundaries between the distant and the near, the public and the private, the individual and the collective, fiction (dreams and art) and reality (life, work), the permanent and the fleeting, the aesthetic and the ethical, the rural and the urban, the classical, popular and massive, etc.

Visual text is a scriptural experience in which the subject suffers, enjoys and creates the emergence of visuality in the sphere of language, which, more than stated in the communicative wording (discursivity), is felt in the enunciation with its rational and legible limits (experience). The continuous game, structured or divided between the plot and the background, the story and the visual fragmentation, is mediation and matrix of the subjectivity capable of thinking in images, perceiving new sensibilities, escaping the codes, desiring other emotions and experiencing different cultural flows. Visuality provokes new knowledge and innovates communicative, narrative, symbolic and computer-based practices capable of reflecting on how cultural stories are seen, imagined, represented and generated today. With the technologies of cinema, photography, video art, transmedia, and visual communication, we attempt the improbable, even making visible what until now has remained hidden.

AN INTRODUCTION TO THE FIRST ISSUE

Consistent with the inclusive approach of this publication, the first issue includes five articles in Spanish, two articles in English, one article in Italian and one article in Portuguese. They touch on topics of interest for design as well as visual communication and film arts. The first article, titled “*Il ruolo sociale della comunicazione e lo storytelling audiovisivo. Strumenti di design per il dialogo sociale,*” by Marisa Galbiati, presents the importance of the audiovisual narrative, a technology that substantially contributes to participation and co-construction in design. The second article, titled “*Investigación y teoría en diseño. Un posible enfoque ante el cambio paradigmático,*” by Luis

«Il ruolo sociale della comunicazione e lo storytelling audiovisivo. Strumenti di design per il dialogo sociale» de Marisa Galbiati, presenta la importancia de la narrativa audiovisual, una tecnología que aporta sustancialmente a la participación y co-construcción en diseño. El segundo escrito, titulado «Investigación y teoría en diseño. Un posible enfoque ante el cambio paradigmático» de Luis Rodríguez Morales, aborda un elemento fundamental de cualquier tecnología i. e. la teoría en diseño. Reflexiona sobre sus antecedentes y cambio paradigmático. En cuanto al tercer artículo, «Databases of digital fonts as sources for providing alternatives for font selection» de César Puertas, ofrece un enfoque metodológico que facilita la toma de decisiones durante la elección de fuentes tipográficas, contribuyendo así a uno de los aspectos fundamentales de la tecnología: el cómo se hacen las cosas. Respecto al cuarto manuscrito, «Design and learning in higher education: A perspective from Finland», el autor ofrece una aproximación de una universidad nórdica a la importancia y el papel del diseño en la formación de transformadores hacia la innovación y generación de nuevo conocimiento. De alguna manera, se trata del diseño como tecnología de cambio. El siguiente artículo, «Canales comunitarios de televisión, expectativas y reglamentación» de Jaime Rodolfo Ramírez, analiza los canales comunitarios de televisión en cuanto a sus condiciones de operación, expectativas sociales y normativas asociadas. Ofrece, a su vez, un estudio cualitativo de caso. El sexto manuscrito, titulado «Diseño para la visibilización de las manifestaciones del patrimonio cultural de Cali» de Félix Augusto Cardona Olaya, aborda las tecnologías de la información y la comunicación para lograr la participación comunitaria en la visibilización social del patrimonio cultural de un territorio. El artículo «Diseño y política. Prácticas de agenciamiento y transformación social» de la autora María Ginette Múnera Barrios, presenta una visión expandida del diseño, aproximándose al diseño como disciplina y como práctica comunicativa, estética y política. En cuanto al octavo manuscrito, «Experiencias pedagógicas que denotan oportunidades locales» de los autores Juan Manuel España Espinoza, Diego Andrés Romero Cotrino y Judith Amparo Rodríguez Azar, comparte las estrategias desde la academia para generar prácticas que fortalezcan la intervención del diseño en el territorio. Finaliza la sección de artículos el trabajo «Processo experimental de efeitos gráficos visuais» de los autores Eunice Liu y Fábio Yam Gomes Liu, donde proponen un proceso experimental de diseño gráfico basado en la generación y el uso de efectos visuales como recurso narrativo. Cierra este número la reseña sobre el libro «Goyes Narváez, Julio César, La mirada espejeante. Análisis textual del film El

Rodríguez Morales, addresses a fundamental element of any technology, i.e., the theory of design. It reflects on its background and paradigmatic change. The third article, “Databases of digital fonts as sources for providing alternatives for font selection,” by César Puertas, offers a methodological approach that facilitates decision-making when choosing typographical fonts, thereby contributing to one of the fundamental aspects of technology: how things are done. In the fourth manuscript, “Design and learning in higher education: A perspective from Finland,” the author offers a Nordic university’s approach to the importance and role of design in the training of transformers in innovation and the generation of new knowledge. In a way, it is about design as a technology of change. The next article, “Canales comunitarios de televisión, expectativas y reglamentación,” by Jaime Rodolfo Ramírez, analyzes community television channels with regard to their operating conditions, social expectations and associated regulations. It offers, in turn, a qualitative case study. The sixth manuscript, titled “Diseño para la visibilización de las manifestaciones del patrimonio cultural de Cali,” by Félix Augusto Cardona Olaya, addresses information and communication technologies for achieving community participation in the social visibilization of the cultural heritage of a territory. The article “Diseño y política. Prácticas de agenciamiento y transformación social,” by María Ginette Múnera Barrios, presents an expanded view of design, approaching it as a discipline and as a communicative, aesthetic and political practice. The eighth manuscript, “Experiencias pedagógicas que denotan oportunidades locales,” by Juan Manuel España Espinoza, Diego Andrés Romero Cotrino and Judith Amparo Rodríguez Azar, shares academia’s strategies for generating practices that strengthen the intervention of design in the territory. The articles section ends with the work “Processo experimental de efeitos gráficos visuais,” in which the authors Eunice Liu and Fábio Yam Gomes Liu propose a graphic design experimental process based on the generation and use of visual effects as a narrative resource. This issue closes with a review of the book “Goyes Narváez, Julio César, La mirada espejeante. Análisis textual del film El espejo (1974), de Andréi Tarkovski,” written by Lorenzo Torres Hortelano, which addresses one of the most representative films in the history of cinema.

It only remains for us to thank everyone who has contributed to making this project a reality, who has helped us to invite readers to participate in this exciting

espejo (1974), de Andréi Tarkovski», escrita por Lorenzo Torres Hortelano y que aborda uno de los filmes más representativos en la historia del cine.

No nos queda más que agradecer a todas las personas que han contribuido a hacer realidad este proyecto, que nos han ayudado a invitar a los lectores a participar en este apasionante mundo de la tecnología en el diseño, las artes filmicas y la comunicación visual.

REFERENCIAS

- AGAMBEN, G. (2014). *¿Qué es un dispositivo?* (Michel Foucault). Buenos Aires, Argentina: Adriana Hidalgo.
- HEIDEGGER, M. (1994). La pregunta por la técnica. En I. Zimmermann, Conferencias y artículos. Barcelona, España: Ediciones Serbal.
- BENJAMÍN, W. (2012). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Godot.
- CABRERA, D. H. (2006). Lo tecnológico y lo imaginario. Las nuevas tecnologías como creencias y esperanzas colectivas. Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.
- CHAVES, N. (s. f.). El diseño disciplina vacía. Recuperado de https://www.norbertochaves.com/articulos/texto/el_diseno_disciplina_vacia.
- FOUCAULT, M. (1979). *Microfísica del poder*. Madrid, España: Ediciones de La Piqueta.
- KRIPPENDORFF, K. (2006). *The Semantic Turn*. Boca Ratón, EE. UU.: CRC Press.

world of technology in design, film arts and visual communication.

REFERENCES

- AGAMBEN, G. (2014). *¿Qué es un dispositivo?* (Michel Foucault). Buenos Aires, Argentina: Adriana Hidalgo.
- HEIDEGGER, M. (1994). La pregunta por la técnica. En I. Zimmermann, Conferencias y artículos. Barcelona, España: Ediciones Serbal.
- BENJAMÍN, W. (2012). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Godot.
- CABRERA, D. H. (2006). Lo tecnológico y lo imaginario. Las nuevas tecnologías como creencias y esperanzas colectivas. Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.
- CHAVES, N. (s. f.). El diseño disciplina vacía. Recuperado de https://www.norbertochaves.com/articulos/texto/el_diseno_disciplina_vacia.
- FOUCAULT, M. (1979). *Microfísica del poder*. Madrid, España: Ediciones de La Piqueta.
- KRIPPENDORFF, K. (2006). *The Semantic Turn*. Boca Ratón, EE. UU.: CRC Press.

Artículos

Il ruolo sociale della comunicazione e lo storytelling audiovisivo. Strumenti di design per il dialogo sociale

Marisa Galbiati

**Design and learning in higher education:
A perspective from Finland**

Teemu Leinonen

Investigación y teoría en diseño. Un posible enfoque ante el cambio paradigmático

Luis Rodríguez Morales

Databases of digital fonts as sources for providing alternatives for font selection

César Puertas Céspedes

Canales comunitarios de televisión, expectativas y reglamentación

Jaime Rodolfo Ramírez Rodríguez

Diseño para la visibilización de las manifestaciones del patrimonio cultural de Cali

Félix Cardona Olaya

Diseño y política. Prácticas de agenciamiento y transformación social

Ginette Múnera Barrios

Experiencias pedagógicas que detonan oportunidades locales

Juan Manuel España Espinoza, Diego Andrés Romero Cotrino & Judith Amparo Rodríguez Azar

Processo experimental de efeitos gráficos visuais

Eunice Liu & Fábio Yam Gomes Liu



ACTIO 01 / 2017
Journal Of Technology
in Design, Visual Arts &
Communication



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

ES El rol social de la comunicación y el storytelling audiovisual. Instrumentos de diseño para el diálogo social

EN The social role of communication and audiovisual storytelling. Design tools for social dialogue

ITA Il ruolo sociale della comunicazione e lo *storytelling* audiovisivo. Strumenti di design per il dialogo sociale

FRA Le rôle social de la communication et la narration audiovisuelle. Outils de conception pour le dialogue social

POR O papel social da comunicação e narrativa audiovisual. Ferramentas de design para o diálogo social

Marisa Galbiati

Il ruolo sociale della comunicazione e lo storytelling audiovisivo. Strumenti di design per il dialogo sociale

MARISA GALBIATI

Full professor, vice dean, School of Design Politecnico di Milano. E-mail: marisa.galbiati@polimi.it



RIASSUNTI (ITA)

Nella società dell'informazione e della comunicazione diventa prioritario dotarsi di strumenti adeguati per affrontare il progetto di design. Lo storytelling audiovisivo si configura come un utile strumento per analizzare, esplorare e progettare immagini e visioni che possono dare un contributo importante nella fase decisionale che riguarda il futuro della città. Ascolto, dialogo, co-progettazione, conversazione entrano a far parte della "cassetta degli attrezzi" del designer, per una progettazione partecipata e condivisa.

PAROLE CHIAVE: *comunicazione sociale, ascolto, dialogo, storytelling, progettazione partecipata, co-design, web tv, social networks.*

RESUMEN (ESP)

En la sociedad de la información y la comunicación, es una prioridad adquirir instrumentos apropiados para abordar un proyecto de diseño. Por lo tanto, la narrativa audiovisual es una herramienta útil para analizar, explorar y proyectar imágenes y visiones que pueden hacer una importante contribución a la toma de decisiones sobre el futuro de la ciudad. En el presente artículo se concluirá que escuchar, dialogar, codiseñar y conversar son parte de la «caja de herramientas» del diseñador para lograr una planificación participativa y compartida.

PALABRAS CLAVE: *Comunicación social, escucha, diálogo, storytelling, planificación participativa, co-diseño, TV web, redes sociales.*

ABSTRACT (ENG)

In the society of information and communication it becomes a priority to acquire the appropriate instruments to address the design project. The audiovisual storytelling is configured as a useful tool to analyze, explore and project images and visions that can make an important contribution in making decisions about the future

of the city. Listening, dialogue, co-design and the conversation became part of the designer's "toolbox" for a participatory and shared planning.

KEYWORDS: *social communication, listening, dialogue, storytelling, participatory planning, co-design, web TV, social networks.*

RÉSUMÉ (FRA)

Dans notre société d'information et de communication, la question prioritaire est d'acquiescer les instruments adéquats pour aborder un projet de design. Par conséquent, la narration audiovisuelle est un outil utile pour analyser, explorer et transmettre des images et visions qui peuvent contribuer de manière significative à la prise de décision sur le futur de la ville. Dans le présent article, on conclut qu'écouter, dialoguer, co-concevoir et discuter font partie de la « boîte à outils » du designer pour parvenir à une planification participative et partagée.

MOTS-CLÉS: *communication sociale, écoute, dialogue, storytelling, conception participative, co-design, web TV, réseaux sociaux.*

RESUMO (POR)

Na chamada sociedade da informação e da comunicação é indispensável conquistar instrumentos adequados para mexer em um projeto de design. Nesse propósito a narrativa audiovisual é uma ferramenta útil para analisar, experimentar e projetar imagens e visões que ajudem à decidir no futuro da cidade. Nesse artigo será concluído que escutar, dialogar, co-projetar e conversar são parte da "caixa de ferramentas" do designer para conseguir uma planificação participativa e compartilhada.

PALAVRAS-CHAVE: *comunicação social, escuta, diálogo, storytelling, design participativo, co-design, TV web, redes sociais.*

L CAMPO CHE ESPLOERÒ IN questo breve saggio riguarda il progetto della comunicazione applicato ai temi dell'innovazione sociale e del ruolo che essa assume nel più vasto territorio del "sociale".

Possiamo infatti parlare di due aspetti del progetto comunicativo: la comunicazione sociale e la comunicazione per l'innovazione sociale. Seppur apparentemente simili essi si differenziano per strumenti, finalità, e impianto metodologico, pur condividendo un unico obiettivo: sfruttare le potenzialità della comunicazione per migliorare il mondo in cui viviamo.

Con il termine "Comunicazione sociale" definiamo l'insieme delle iniziative di comunicazione che hanno come obiettivo la sensibilizzazione di vaste audience rispetto a problemi che possono essere risolti attraverso un cambiamento di comportamento delle persone. Si tratta di vere e proprie campagne pubblicitarie, realizzate con i medesimi protocolli delle campagne di comunicazione per i prodotti di mass market, ma si differenziano da quest'ultime poiché non sono finalizzate a vendere un prodotto o un servizio ma tendono a sollecitare un cambiamento nel comportamento delle persone: ad esempio campagne per la sicurezza sui cantieri, per la salvaguardia del verde, per la donazione degli organi, per la raccolta fondi di associazioni non profit, per l'attenzione all'ambiente, per la valorizzazione di genere, ecc.¹

La comunicazione per l'innovazione sociale, invece, si propone come uno strumento (o meglio un insieme di strumenti) il cui obiettivo consiste nell'applicare i protocolli comunicativi all'interno di contesti partecipativi, connotati dal bisogno di sviluppare un dialogo con gli stakeholders, con i cittadini, e con tutti gli

attori del processo, al fine di produrre visioni condivise in grado di facilitare i processi di innovazione sociale. Ma vediamo meglio in cosa consiste questo processo.

Il tema dell'innovazione sociale e della sostenibilità ambientale è oggi centrale nelle pratiche progettuali del design. Tutte le università si sono date l'obiettivo di esplorare possibili campi del progetto per focalizzare approcci teorici e pratici in grado di dare alcune risposte ai problemi emergenti, in un rinnovato scenario disciplinare. Ma qual è il ruolo che la comunicazione può rivestire nel campo dell'innovazione sociale? Possiamo fin da subito dire che la comunicazione, nelle sue multiple declinazioni, riveste un ruolo fondamentale come strumento per facilitare i processi di dialogo tra i cittadini, con i cittadini e tra i cittadini e gli stakeholders, al fine di comprendere meglio come affrontare il progetto della società sostenibile.²

Il termine "innovazione sociale" non trova una unanime interpretazione: non esiste una definizione univoca, ma, tra coloro che ne discutono, ci sono indubbiamente dei punti sui quali tutti concordano.

Ad esempio: l'innovazione sociale è un processo che implica un cambiamento di prospettiva, di mentalità, di consapevolezza, che dovrebbe spingere le persone ad assumere nuovi comportamenti, ad elaborare nuove idee, a produrre diversamente i prodotti di cui abbiamo bisogno, favorendo la relazione tra i territori e gli stakeholder. Il modello a cui si fa riferimento è quello che prevede pratiche di condivisione, fondate su processi creativi, che hanno come obiettivo migliorare la qualità della vita, favorendo soluzioni utili e sostenibili, con le risorse disponibili. Le quattro parole magiche che costruiscono l'ordito in cui si sviluppa questo diverso approccio progettuale sono quindi: condivisione, collaborazione, creatività, interazione. Si tratta di pratiche che l'uomo ha ampiamente sperimentato nel corso della storia, ma che, in questo scenario di crisi, rappresentano un patrimonio da ottimizzare e da mettere a sistema.

¹ Si veda, a questo proposito il lavoro di promozione della comunicazione sociale a cura di Pubblicità Progresso: <http://www.pubblicitapgresso.org>

² si veda sul tema della conversazione sociale: <http://www.desis-philosophytalks.org>



Fig. 1. Campagna di comunicazione sociale sulla donazione degli organi realizzata per conto di Pubblicità Progresso, 2012-2013. Autori: Ghidoni Dario, Leidi Valeria, Montanari Guja Carolina, Muollo Federica, Quivooy Jules, Woudstra Stephanie - Design della Comunicazione, Politecnico di Milano. Supervisor: Galbiati Marisa, Bellavita Gigi, Bertolotti Elisa.

Infatti, oggi, diversamente che in passato, abbiamo a disposizione strumenti tecnologici che ci consentono di praticare, su larga scala, la condivisione e l'interazione tra soggetti, amplificando le possibilità di una reale condivisione delle pratiche, dei pensieri e delle filosofie che albergano nelle comunità che stanno sperimentando questo percorso.³

La seconda caratteristica dell'innovazione sociale riguarda l'inversione del modello Top-Down, secondo il quale le decisioni vengono prese dall'alto per poi essere spalmate nelle differenti funzioni dello spazio pubblico, secondo la logica globale/locale (decisioni sui processi produttivi, nella pianificazione territoriale, nei sistemi decisionali degli enti che governano il territorio). In

³ Interessanti, a questo proposito: Robin Murray, Julie Caulier Grice Geoff Mulgan, *Il Libro Bianco sull' Innovazione Sociale*, ed. The Young Foundation, che ricostruisce una mappa sui temi dell'innovazione. Inoltre si veda l'ultimo volume di Ezio Manzini Design, *Design When Everybody Designs*, MIT Press 2015.

un percorso di innovazione sociale, il processo risulta capovolto: le sperimentazioni sviluppate a livello locale (anche nelle piccole dimensioni, ad esempio, in un condominio, in una scuola, in un quartiere) possono produrre modelli esportabili in scale più ampie e diventare così buone pratiche a livello macro. È chiaro che si tratta, per ora, di esempi su scala locale, che spesso non riescono a trasformarsi in pratiche condivise su scala più ampia, ma ciò che diventa rilevante in questa fase è la diffusione della consapevolezza circa nuovi modi di affrontare le sfide del pianeta, e che la comunicazione può svolgere l'egregio compito di sollecitare le buone pratiche, diffonderne i risultati, costruendo percorsi di condivisione, sollecitando le persone al cambiamento, e accrescendo la convinzione che il bene di uno deve coincidere con il bene di tutti.

Vorrei quindi presentare un progetto di comunicazione per l'innovazione sociale che riguarda il tema della mobilità sostenibile applicato alla città di Milano (Italia). Si tratta di un progetto che ha una dimensione

locale (i quartieri della città), il cui obiettivo è costruire una coscienza delle problematiche relative alla città sostenibile.⁴

Il progetto, che ha come titolo “Immagina Milano” (2011-2013) è un progetto di ricerca e di formazione, di natura sperimentale, realizzato con gli studenti della Scuola di Design del Politecnico di Milano, in accordo con il Comune di Milano. L’obiettivo del progetto è la costruzione di formati di comunicazione in grado di promuovere il dialogo e l’innovazione sociale sia tra i cittadini che abitano la città, sia con gli stakeholder interessati al progetto urbano (si veda a questo proposito: www.imagislab.it/innovazione-sociale).

Questi gli obiettivi principali del progetto:

- facilitare il dialogo tra il Comune di Milano e gli stakeholders. Questa funzione presenta molte criticità poiché, generalmente, gli amministratori comunali hanno molta difficoltà a stabilire un contatto diretto con la popolazione, anche nella prospettiva di conoscerne desideri, sentimenti, preoccupazioni, sogni;
- promuovere una cultura della mobilità sostenibile tra i cittadini, affinché tutti possano comprendere l’urgenza di pensare a provvedimenti capaci di ridurre il traffico privato a favore di quello pubblico;
- costruire una nuova immagine di Milano, in quanto città che intende allinearsi alle politiche sostenibili delle principali capitali mondiali, anche in vista dell’esposizione universale del 2015, il cui titolo “Nutrire il pianeta. Energia per la vita” allude a nuovi scenari del futuro, più sostenibili, più sociali.

IL PROCESSO

Per affrontare questi obiettivi abbiamo individuato tre azioni progettuali in grado di cogliere i variegati aspetti della città in trasformazione: l’ascolto della città; le visioni della città; la promozione delle buone pratiche.

La prima azione progettuale che abbiamo attivato è stata quella relativa all’ascolto della città e del territorio. L’ascolto rappresenta un aspetto fondamentale delle pratiche di comunicazione: non esiste comunicazione se non si sviluppa, al contempo, una pratica dell’ascolto: ascolto dei sentimenti dei cittadini, delle loro aspettative, del modo in cui vivono la città, dei loro desideri, delle loro criticità. Ascolto e comunicazione si co-appartengono come due facce della stessa medaglia. L’ascolto che abbiamo praticato si è sviluppato attraverso una serie di documentari (della durata di 5 minuti) in cui ogni gruppo di studenti, rispetto al quartiere loro assegnato, ha esplorato, analizzato e documentato la natura

tangibile e intangibile della vita del quartiere stesso. Ogni documentario presenta quindi sia la visione fisica della città (la struttura, l’architettura, il rapporto con i quartieri limitrofi, il tema del traffico, la rete commerciale dei servizi), sia la visione, tramite videointerviste, che i cittadini hanno della qualità della vita nel quartiere. I linguaggi utilizzati per la restituzione visiva del quartiere sono stati di diversa natura: documentazione storica, archivi digitali, fotografie, interviste, ricomponendo il tutto in un ritratto dell’area di riferimento tra passato e presente. Ne sono emersi quadri in cui traspare una forte affezione al quartiere da parte dei residenti, anche in presenza di elementi critici. Nel corso dei tre anni (durata della ricerca) sono stati sviluppati 27 documentari che hanno restituito un’immagine della città di Milano ricca e insospettabile, da cui è emersa una forte consapevolezza dei cittadini rispetto alla qualità della vita in città e la volontà di intraprendere buone pratiche per trasformare la città in un luogo migliore.

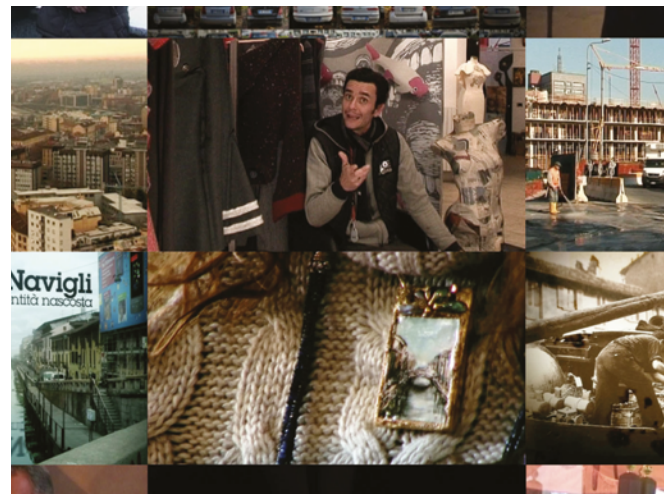


Fig. 2. Fase di ascolto: immagine tratta dai video del progetto *Immagina Milano*, realizzati con interviste ai cittadini. I video sono visibili sul sito imagislab.it/innovazione-sociale.

La seconda azione si è sviluppata a partire dai documentari realizzati sulle singole aree. Raccogliendo le testimonianze dei cittadini e dei loro desideri, sono stati realizzati 20 videoscenari, ossia visioni di come alcuni quartieri della città possono migliorare la qualità della vita, attraverso proposte di soluzioni innovative. Sono stati prospettati scenari per trasformare i luoghi che hanno alcune criticità in luoghi ad alto contenuto socializzante, mostrando visivamente come un quartiere possa trasformarsi e migliorare la qualità di vita dei cittadini, migliorandone il sistema di mobilità, proponendo aree pedonali e aree di socializzazione. Queste visualizzazioni (previsioni di un futuro possibile) hanno soprattutto l’obiettivo di essere strumenti di

4 I risultati di questa ricerca sono contenuti nel volume: Marisa Galbiati, Francesca Piredda (a cura di), *Visioni Urbane. Narrazioni per il design della città sostenibile*, Franco Angeli, Milano 2012.

dialogo con gli attori e i rappresentanti del governo della città, con gli stakeholder e con le associazioni che agiscono, a livello locale, sul territorio. Infatti “vedere”, attraverso simulazioni, come potrebbe cambiare la città attraverso soluzioni praticabili, rappresenta una facilitazione per il dialogo con le istituzioni, dal momento in cui le narrazioni audiovisive diventano visioni condivisibili poiché realizzate con un linguaggio universale, il video. Anche in questo caso sono state utilizzate diverse tipologie di linguaggio: disegni, animazioni, silhouettes, stop motion, tecniche capaci di rappresentare ciò che ancora non esiste, con un forte grado di veridicità e realismo.



Fig. 3. Fase di envisoning: immagini tratte dai videoscenari realizzati per rappresentare proposte per il futuro della città di Milano.

La terza azione è stata quella di promozione delle buone pratiche, in tema di mobilità sostenibile, già attive sul territorio o di quelle che si possono attivare tramite una concertazione con gli attori pubblici.

Sono stati prodotti circa 30 spot pubblicitari, di carattere sociale (si deve quindi parlare di comunicazione sociale) il cui obiettivo è sollecitare i cittadini ad adottare comportamenti più sostenibili per migliorare la qualità della vita in città. La realizzazione di questi spot ha seguito le regole classiche del progetto pubblicitario, individuando dapprima una strategia e una focalizzazione dell'obiettivo di comunicazione; in secondo luogo l'ideazione creativa dello spot (la storia, la narrazione, la call to action) e da ultimo, la realizzazione del progetto

audiovisivo in un prodotto di 30 secondi, da veicolare nei canali propri del Comune di Milano (Urban Center, schermi urbani).



Fig. 4. Fase di promozione: immagini tratte dagli spot pubblicitari realizzati per promuovere comportamenti più sostenibili nel territorio urbano.

Questi tre format: documentario, videoscenario e spot hanno rappresentato la base per la costruzione di un sistema audiovisivo in grado di suggerire ipotesi di progetto, fonte di ispirazione per la costruzione di modelli praticabili.

IL RUOLO DELLA DESIGN DELLA COMUNICAZIONE AUDIOVISIVA E L'USO DELLO STORYTELLING

Nelle pratiche della rappresentazione urbana si è soliti usare disegni, mappe, grafici: rappresentazioni statiche che spesso non restituiscono il senso della città, come luogo dove la vita scorre in un flusso temporale, e che non riescono a cogliere il territorio come un insieme di relazioni tra le persone e le cose. L'audiovisivo si è rivelato invece uno straordinario strumento capace di cogliere la città che vive, nelle sue relazioni in continuo mutamento.

Questo approccio al progetto urbano non è nuovo: fin dall'inizio della grande avventura cinematografica il cinema ha stabilito una stretta relazione con la città, ne ha colto umori e sentimenti, ha immortalato scenari e costumi, ha restituito quello spirito del tempo che caratterizza ogni singola epoca. Non a caso, le prime immagini cinematografiche sono immagini di città: L'arrivo del treno alla stazione, gli operai che escono dalla fabbrica (Fratelli Lumiere): visioni di una città (Parigi) che si sta trasformando sotto l'effetto di innovazioni tecnologiche e sociali. I primi documentari

ci mostrano la vita nelle grandi città e sono ancora oggi testimonianze preziose sui modelli di vita alla fine del XIX secolo. Il cinema si è interrogato (e ancora oggi lo fa) su quegli aspetti dell'ambiente e del territorio in cui si intrecciano storie di vita, esperienze, sentimenti, gioie e dolori: aspetti che non compaiono in una mappa o in una indagine statistica. Il cinema ci mostra i sentimenti, le paure, le incertezze, poiché la città e il territorio non sono entità astratte, ma luoghi in cui le persone vivono, costruiscono il proprio percorso di vita, progettano e trasformano le cose in una dimensione concreta, fatta di azioni, di conoscenza, di cultura, ma anche di potere, di arroganza, di disinteresse per gli altri. La drammatizzazione che il cinema mette in scena permette allo spettatore di identificarsi, producendo quei sentimenti che tutti noi conosciamo, e che ci permettono di emozionarci, arrabbiarci, divertirci di fronte alle scene di un film. Un film è dunque uno strumento potente di rappresentazione, in grado di attivare un dialogo profondo con lo spettatore, mobilitandone i sentimenti. La città che il cinema rappresenta non è solo la città di pietra, dove l'architettura e le infrastrutture sono dominanti (il concetto latino di *Urbs*), ma la città delle persone, materia prima di qualunque progettualità (il concetto latino di *Civitas*, inteso come spazio sociale, spazio della comunità). Se estendiamo questa riflessione al più generale comparto audiovisuale possiamo dire che lo storytelling audiovisivo si configura come un sistema per l'organizzazione del pensiero e della conoscenza, un linguaggio capace di parlare a differenti livelli poiché mobilita elementi che riguardano l'identità, la memoria, l'immaginario. Un prodotto audiovisivo si configura come il risultato dell'immaginario sociale e individuale e, al contempo, come elemento in grado di sollecitare nuove visioni e nuovi immaginari. Due film emblematici possono riassumere tale funzione: *Metropolis* (Fritz Lang, Europa, 1927) e *Blade Runner* (Ridley Scott, America, 1982). Entrambi i film sono rappresentazioni della città del futuro pur lavorando su stereotipi del presente e su idee già presenti nel momento della loro realizzazione.

Per riassumere potremmo dire che lo storytelling audiovisivo attiva almeno quattro funzioni utili a esplorare e decifrare il presente, contemplando il passato e prevedendo alcuni aspetti degli scenari futuri: il contesto di riferimento, che ci consente di riconoscere i luoghi e interpretarne la cultura; la memoria del passato per comprendere l'identità del presente attraverso le voci, le parole, le immagini, i gesti; la capacità di essere strumento di conversazione, di condivisione tra gli individui e le organizzazioni, che può orientare i comportamenti in termini di responsabilità sociale;

la capacità di esprimere con le immagini (oggetti più semplici e più immediati) le aspettative, le previsioni e i valori attesi per un futuro migliore.

IMMAGINARIO E SCENARIO

Gli strumenti dell'audiovisivo e dello storytelling sono stati quindi assunti come strumenti di design in quanto hanno generato visualizzazioni utili a comprendere il territorio e ad essere utilizzati per facilitare il dialogo con i cittadini e gli stakeholders. Sono stati inoltre utili strumenti per il processo di apprendimento e di negoziazione per le controversie che sempre caratterizzano le pratiche del progetto urbano. E, non da ultimo, le visualizzazioni hanno generato idee e prototipi realizzabili e sono state oggetto di riflessione e discussione tra gli attori che hanno partecipato alla conversazione sociale.

Abbiamo chiamato questo metodo "Design audiovisual conversation": documentari e videoscenari hanno rappresentato una piattaforma in cui sono risuonate idee e soluzioni in un possibile percorso di evoluzione, rispetto agli strumenti tradizionali.

Attraverso le tre azioni: ascolto (documentario), visualizzazione (videoscenari) e promozione (spot pubblicitario), si è così creato un modello di sistema audiovisivo che si configura come una nuova pratica di riflessione e progettazione della città. Guardando da vicino i modi di vivere e gli stereotipi assunti dai cittadini ci siamo avvicinati a una dimensione etnografica e antropologica della città, approcci che vengono spesso sottovalutati nelle decisioni assunte dal governo e dalle amministrazioni locali.

Tutti gli strumenti di analisi e di progetto hanno così composto un quadro di riferimento in cui le pratiche di co-design e quelle collaborative sono state al centro dell'attenzione di coloro che hanno partecipato al progetto "Immagina Milano". Tutti i prodotti realizzati (dai documentari, ai semi-lavorati; dai mood-board agli spot pubblicitari; dai repertori fotografici alle mappe concettuali) sono stati utilizzati negli workshop e nelle tavole rotonde che hanno visto la partecipazione dei

cittadini e degli stakeholders facilitando così il processo di decisione, e attivando possibili scenari per un modello di vita quotidiana sostenibile.

le comunità che vedono il design come strumento per facilitare e modellare soluzioni sostenibili per una vita migliore.



Fig. 5. Un'immagine del workshop realizzato da Imagislab con i cittadini di Milano al Urban Center. Una giornata dedicata ad associazioni, comitati, cittadini e rappresentanti dell'amministrazione locale con l'obiettivo di lavorare insieme per la Milano che cambia.

Questa ricerca ha costituito il punto di partenza per modellizzare una pratica di ricerca e di progetto che stiamo sperimentando, oggi, ad una dimensione locale, quella del quartiere, in cui, oltre agli strumenti consolidati, abbiamo attivato un progetto per la produzione di "social television" (una televisione fruibile su web), con la finalità di coinvolgere maggiormente gli abitanti di un quartiere alla periferia della città. In questo nuovo progetto abbiamo coinvolto i comitati di quartiere che operano da tempo per migliorare la qualità della vita degli abitanti.

Il processo di verifica bottom-up sta dunque espandendosi come cornice progettuale e come pratica di co-design, confermando la tendenza in atto in tutte

UNA SOCIAL TV PER IL TERRITORIO: L'ESPERIENZA DI PLUG SOCIAL TV

Un passo avanti per sperimentare il ruolo sociale della comunicazione e le sue implicazioni con il territorio è visibile nel progetto Plug Social TV, la naturale continuazione di Immagina Milano, fin'ora descritto. Le ricerche dimostrano che nel campo dell'innovazione sociale i migliori risultati derivano da un'interazione e dal coinvolgimento con gli attori del territorio. Ciò che diventa premiante è infatti un approccio bottom-up, dove i progetti vengono condivisi e realizzati con gli abitanti di una realtà locale, come può essere un quartiere, una piccola città, un condominio. Solo in una logica compartecipativa e di engagement è possibile smuovere e sensibilizzare gli abitanti affinché partecipino a soluzioni creative che trasformino la città.⁵

Plug Social TV è una web tv che utilizza i principali social network (facebook, youtube, twitter) e che si propone come una piattaforma di interazione con gli abitanti del quartiere Bovisa-Dergano (il quartiere dove si situa il Campus del Politecnico di Milano). La web tv, progettata assieme agli studenti del corso del secondo anno della laurea magistrale della Scuola di Design, raccoglie i progetti di 9 web series che raccontano, attraverso storie incardinate al territorio, le diverse

⁵ I risultati di questa fase della ricerca sono visibili sul sito: www.facebook.com/plugsocialtv

identità del quartiere. Sono stati coinvolti in questo processo i cittadini del quartiere e le associazioni che lavorano per individuare soluzioni innovative per gli abitanti, in un processo di collaborazione continua. I nove format propongono differenti universi narrativi (fatti di personaggi, storie, ambientazioni) e utilizzano diversi generi: il noir, il reality, il mystery, il talk show. Inoltre i progetti sono stati pensati in una logica transmediale che consente di integrare la narrazione con l'engagement degli abitanti del quartiere, al fine di creare una community che sfrutta le potenzialità delle nuove tecnologie interattive.

cortocircuito che ne deriva alimenta il dialogo sociale e facilita la collaborazione e la creazione di visioni comuni, disseminate poi attraverso i social network.

Oggi la piattaforma www.facebook.com/plugsocialtv raccoglie i promo delle web-series, i mini documentari, le interviste e i contenuti extra raccolti dal lavoro comune di studenti e cittadini.

Il valore aggiunto di una web tv consiste quindi nel diventare un motore di innovazione sociale poiché è il frutto di un lavoro collaborativo, a livello locale, capace di proporre argomenti universali che possono adattarsi a differenti realtà territoriali.



Fig. 6. Locandina del progetto Civico X, una delle nove webserie progettata per Plug Social TV. Autori: Campanella Eleonora, Caserio Federica, Manzini Giovanni, Marostica Sophia, Mora Alberto, Schiatti Samuele - Design della Comunicazione, Politecnico di Milano. Supervisor: Galbiati Marisa, Piredda Francesca, Goldoni Katia, Ronchi Marco. www.facebook.com/plugsocialtv.

Le narrazioni (storytelling) diventano così il pretesto per attivare processi di identificazione degli abitanti che sono protagonisti e, al contempo, creatori dei racconti. Il

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- GADOTTI, G. & Bernocchi, R. (2010). La pubblicità sociale. Maneggiare con cura. Roma: Carocci.
- GALBIATI, M. & Piredda, F. (2012). Visioni urbane. Narrazioni per il design della città sostenibile. Milano: Franco Angeli.
- INNERARITY, D. (2008). Il Nuovo Spazio Pubblico. Roma: Meltemi.
- JEGOU, F. & Manzini, E. (2008). Collaborative services. Social innovation and design for sustainability. Milano: POLI.DESIGN.
- MANZINI, E. (2015). Design When Everybody Designs, Cambridge: MIT Press.
- PIREDDA, F. (2008). Design della comunicazione audiovisiva. Un approccio strategico per la televisione debole. Milano: Franco Angeli.
- PUGGELLI, F. & Sobrero, R. (2010). La comunicazione sociale. Roma: Carocci.
- SCLAVI, M. (2003). Arte di Ascoltare e Mondi Possibili. Come si esce dalle cornici di cui siamo parte. Milano: Bruno Mondadori.
- VEZZOLI, C. & Manzini, E. (2007). Design per la sostenibilità ambientale. Bologna: Zanichelli.

ES Investigación y teoría en diseño.
Un posible enfoque ante el cambio
paradigmático

EN Research and theory in design. A
possible approach to paradigmatic
change.

ITA Ricerca e teoria del design.
Un possibile approccio per il
cambiamento di paradigma.

FRA Recherche et théorie de la conception.
Une approche possible du
changement de paradigme.

POR Pesquisa e teoria do design. Uma
abordagem possível para a mudança
de paradigma.

Luis Rodríguez Morales

Investigación y teoría en diseño. Un posible enfoque ante el cambio paradigmático

LUIS RODRÍGUEZ MORALES

Universidad Autónoma Metropolitana – Cuajimalpa. E-mail: luis.rodriguez12@gmail.com,
lrodriguez@correo.cua.uam.mx



RESUMEN (ESP)

Desde sus raíces, el diseño ha sido un campo enfocado hacia el pragmatismo de la solución de problemas, por este motivo, el desarrollo de principios teóricos se ha relegado al ámbito académico y, en no pocas ocasiones, es menospreciado por los profesionales inmersos en la cotidiana solución de diversos problemas proyectuales. Caso similar es el de la investigación. En este artículo se presentan los antecedentes desde que el diseño tiene su primera definición, hacia la década de 1950, y las características que este paradigma estableció, para posteriormente mencionar los principales factores que llevaron a la crisis paradigmática de ese concepto. Este cambio paradigmático es de importancia trascendental para entender el diseño actual y permitirá encontrar los primeros signos declarados de que en diseño hace falta una teoría. Para resolver esta demanda es necesario iniciar procesos de investigación rigurosa, labor hoy imprescindible si el campo del diseño desea aportar más a la solución de los complejos problemas que hoy se nos presentan.

PALABRAS CLAVE: *Teoría, Investigación, Cambio paradigmático, Taxonomía.*

ABSTRACT (ENG)

Since its very beginning, design field has been focused mainly on the pragmatism of solving problems; for this reason, the development of theoretical principles has been left apart as something that only belongs to the academic area. In fact, not in few cases theory has been underestimated by professionals who are just absorbed in solving the daily problems their projects bring to them. Something similar happens with researching. This paper presents the theoretical background of design, starting by giving its first definition that comes from the 1950s, as well as the characteristics this paradigm established, to later mention the main factors that led to the crisis of this concept. Studying the crisis -a transcendental

fact to understand the current situation of design- and the consequences of it, we can see the first declared signs that tell us the design field needs to have a theory. In order to give answers to this particular situation and if we really want design, as a knowledge field, contribute in giving solutions, in a more effective way, to the complex problems society is facing today, it is necessary to start doing rigorous investigation processes, which it is an essential work now days for any knowledge field.

KEYWORDS: *Theory, Research, Paradigmatic change, Taxonomy.*

RIASSUNTI (ITA)

Dalle sue radici il design è stato un campo focalizzato al pragmatismo della soluzione di problemi; per questo motivo lo sviluppo di principi teorici si è relegato all'ambito accademico, ed in non poche occasioni è sottovalutato dai professionisti che si sentono immersi nella soluzione dei diversi problemi quotidiani che i suoi progetti li procurano. Qualcosa di simile succede con l'investigazione. In questo articolo si presentano gli antecedenti teorici del design, incominciando per la sua prima definizione che viene dalla decade di 1950, e anche le caratteristiche che questo paradigma stabilì, per posteriormente menzionare i principali fattori che portarono alla crisi di quello concetto. Nello studio di quella crisi, un fatto di importanza trascendentale per capire la situazione attuale del design, e nelle conseguenze della stessa, possiamo vedere i primi segni chiari che il design ha bisogno di avere una teoria. Per dare una risposta a questa situazione, è necessario avviare processi di ricerca rigurosa, un lavoro indispensabile di questo tempo, se davvero si desidera che il design, come campo di conoscenza, contribuisce più efficacemente alla soluzione dei complessi problemi che affrontiamo oggi come società.

PAROLE CHIAVE: *Teoria, Ricerca, Cambiamento di paradigma, Tassonomia.*

RÉSUMÉ (FRA)

Depuis ses origines, le design a été un domaine axé sur le pragmatisme de la résolution de problèmes; c'est pourquoi le développement de principes théoriques s'est relégué au milieu académique et, bien souvent, est méprisé par les professionnels immergés dans la recherche de solution quotidienne aux divers problèmes inhérents aux projets. Un cas semblable est celui de la recherche. Dans le présent texte, sont présentés les antécédents depuis que le design a sa propre définition, jusqu'à la décennie de 1950, et les caractéristiques que ce paradigme a établies, pour ensuite mentionner les principaux facteurs qui ont mené à la crise paradigmatique de ce concept ; c'est dans ce changement paradigmatique, d'importance transcendante pour comprendre le design actuel, que l'on peut rencontrer les premiers signes qui montrent que dans le domaine du design, la théorie manque. Pour répondre à ce besoin, il est nécessaire d'amorcer des processus d'investigation rigoureuse, travail aujourd'hui essentiel si le domaine de la conception souhaite apporter davantage à la solution aux problèmes complexes qui nous sont aujourd'hui présentés.

MOTS-CLÉS: *Théorie, Recherche, Nouveau paradigme, Taxonomie.*

RESUMO (POR)

Desde as suas raízes, o design tinha sido um campo focado no pragmatismo da solução de problemas; isso explicaria que o desenvolvimento de princípios teóricos tinha sido exilado ao cenário acadêmico, sendo menosprezado em muitas ocasiões pelos profissionais mergulhados dia-a-dia na solução das diversas questões projetuais. Um assunto parecido acontece na pesquisa. Nesse texto são apresentados os antecedentes desde a primeira definição de design, lá, pela década de 1950 e as características que esse paradigma estabeleceu, para seguidamente, mencionar os principais elementos que levaram a crise daquele conceito; essa mudança paradigática, transcendental para a compreensão contemporânea do design atual, aonde encontraremos os primeiros signos que declaram a ausência de uma teoria para o campo. Para resolver essa demanda é preciso iniciar processos de pesquisa rigorosa, tarefa inadiável se é que o campo pretende aportar aos problemas que hoje se nós apresentam.

PALAVRAS-CHAVE: *Teoria, Pesquisa, Mudança de paradigma, Taxonomia.*

INTRODUCCIÓN

El diseño industrial tiene sus raíces en las prácticas artesanales enfocadas a la producción de objetos para resolver nuestras necesidades cotidianas. Con la llegada de la Revolución Industrial, fue necesario desarrollar nuevas maneras de enfrentar estos problemas. Es entonces cuando nace el diseño industrial propiamente dicho, dentro de una época que hoy llamamos «moderna».

Debido a esta fuerte relación con los aspectos pragmáticos impuestos por la tecnología y la necesidad de la comercialización de productos, el diseño industrial, por regla general, se identifica más con la practicidad inmediata que con la reflexión teórica. Si bien esto es comprensible y no es deseable que los diseñadores se conviertan en «teóricos» dejando de lado la práctica, también es necesario reconocer que actualmente este campo profesional requiere de reflexión teórica y de los procesos de avance del conocimiento que la investigación promueve.

Hoy es común hablar de la *sociedad del conocimiento* como un enfoque en el que los procesos de innovación, basados en los avances que se generan en los ámbitos académico y empresarial, se dan en función de una multiplicidad de factores políticos, económicos, sociales y culturales.

El diseño como disciplina y el diseño industrial como campo profesional que comparte los principios de dicha disciplina, no puede permanecer alejado de estas tendencias. En muchos foros se considera al diseño como uno de los factores importantes de los procesos de producción-consumo no solo de objetos, sino también de comunicación visual, de definición de interfaces en un sentido amplio e incluso de servicios. Para poder enfrentar esta situación, es necesario alcanzar un equilibrio entre la práctica profesional y las actividades de investigación en distintos campos. La sociedad del conocimiento requiere

de personas que sean capaces de promover el avance del conocimiento mismo y de su aplicación en distintas problemáticas.

Para tener una perspectiva amplia sobre esta situación, es necesario, en primera instancia, hacer una revisión, si bien rápida por cuestiones de espacio, sobre cómo se dio el desarrollo del diseño a partir de su primera definición oficial.

ANTECEDENTES

Hacia la mitad del siglo xx, el diseño se consolida como práctica profesional reconocida, de forma independiente de otros campos como la arquitectura o la ingeniería. Podemos señalar la fundación del Consejo Internacional de Sociedades de Diseño Industrial (ICSID, por sus siglas en inglés) en septiembre de 1959, como el momento en que se da la primera definición de diseño industrial, aceptada tanto por quienes ejercían en este campo, como por las instituciones académicas dedicadas a la formación de diseñadores industriales. Dicha definición fue elaborada por Tomás Maldonado:

Un diseñador industrial es aquel que está calificado por su entrenamiento, conocimiento técnico, experiencia y sensibilidad visual, para determinar los materiales, mecanismos, figura, color, acabados en la superficie y decoración de objetos que son reproducidos en cantidad por los procesos industriales. El diseñador industrial puede, en distintas ocasiones, ocuparse de todos o tan sólo algunos de estos aspectos de un producto industrialmente producido [...]. El diseñador industrial puede también ocuparse con problemas de empaque, publicidad, exhibiciones y mercadotecnia, cuando la

solución de tales problemas requiere de la apreciación visual, además del conocimiento y experiencia técnica. (ICSID, 1959)

Es claro que en esta definición la intención es la de establecer las diferencias entre las habilidades y conocimientos de un diseñador industrial con respecto a las de los ingenieros. Esta definición sirvió como paradigma para el establecimiento de numerosas escuelas de diseño industrial en el mundo y también como referencia para que aquellos que iniciaban esta práctica profesional pudieran dar una definición oficial, o al menos consensuada, de su profesión¹.

La postura que prevalece en la redacción de Maldonado es, en buena medida, la síntesis de propuestas elaboradas, entre otros, por Bruce Archer en Inglaterra y la HfG Ulm en Alemania, de la que Maldonado fue rector. Esta perspectiva sentó las bases fundamentales del diseño moderno, entre las que podemos mencionar las siguientes:

- **Funcionalidad.** El eje rector del proyecto es optimizar el desempeño de uso de los objetos.
- **Necesidad.** Estrechamente ligado al punto anterior, el diseño busca dar solución a necesidades reales, alejándose de tratamientos superficiales de la forma.
- **Racionalidad.** El proyecto en diseño no se deja a la intuición o a la inspiración, sino que se dispone de métodos racionales que guían el proceso de diseño.
- **Industria.** Los proyectos van encaminados a ser producidos en grandes cantidades por instalaciones industriales, señalando así una separación con los procesos artesanales.
- **Moral.** La búsqueda del «buen diseño» obedece a principios de índole moral, que en el siglo XIX, desde la obra de Pugin y posteriormente Ruskin (Watkin, 1984), marcaron el desempeño ético del diseño con respecto a la sociedad.
- **Centrado en la forma.** La forma es entendida como el fin último del diseño. En no pocas ocasiones se ha considerado que otra manera de definir al diseño es como un proceso que tiene por objetivo la configuración formal: «El objetivo final del diseño es la forma [...], todo problema de diseño se inicia con un esfuerzo por lograr un ajuste entre dos entidades: la forma y su contexto.» (Alexander, 1969, p. 12).

Si bien estas propuestas son claras, el concepto *configuración de la forma* resulta ser de una gran complejidad pues, para su configuración, se requiere de distintos

conocimientos y su manejo no es simple. Un ejemplo de esto lo encontramos en el siguiente esquema (Rodríguez, 2003):

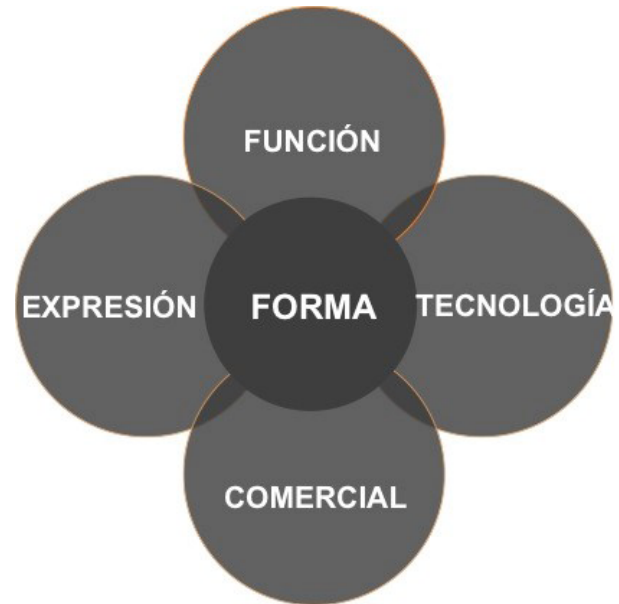


Fig. 1. Esquemas configuradores de la forma.

La forma, por lo tanto, no es un concepto sencillo sino que es la síntesis de múltiples factores. El diseño centrado en la forma requería de métodos que pudieran guiar al diseñador en el proceso de configuración.

Uno de los resultados de esta perspectiva fue el llamado *movimiento de los métodos*, que en el Simposio de Portsmouth, llevado a cabo en 1967, encontró un espacio, desde donde se impulsó su desarrollo.

La primera cuestión a examinar es qué tienen en común los nuevos métodos. La respuesta más obvia es que todos son intentos por tornar público lo que hasta ahora era pensamiento privado de los diseñadores: externalizar el proceso de diseño [...]. Visto que el propósito común de los nuevos métodos es externalizar el pensamiento de diseño, nos preguntamos por qué, en este preciso momento de la historia, tantos intentan lograr este fin. (Jones, 1967, p. 1-2)

A partir de estos trabajos se generaron distintas versiones del proceso de diseño². Dentro de estas, se destacan por su impacto las de Bruce Archer (Archer, 1984) y Hans Gugelot (Gugelot, 1963). Para el caso de América Latina, este último autor es de gran importancia, pues sus

1 Maldonado explicó después en extenso las razones para adoptar esta definición. (Maldonado, 1977, p. 9-18).

2 Si bien estos procesos surgen en el campo del diseño industrial, rápidamente se generaron enfoques similares en otros campos profesionales como el diseño gráfico.

ideas fueron difundidas por Gui Bonsiepe (Bonsiepe, 1978) en una época en que eran escasos los textos sobre diseño industrial, por lo que su impacto fue considerable.

Los métodos en diseño y la racionalidad que les caracteriza se convirtieron en la preocupación central de las reflexiones, llegando incluso a generarse lo que algunos autores consideraron como la *metodolatría* del diseño, significando con esto que, para algunos, había más una preocupación por desarrollar el mejor método, que por generar un mejor diseño. Esta postura extrema dio lugar a que muchos empezaran a separarse del movimiento de los métodos. Unos de los casos más destacados fue presentado por Christopher Alexander, quien después de ser un gran promotor de los métodos y de hacer varias aportaciones a su desarrollo, renunció a buena parte de su trabajo, afirmando que los problemas de diseño no son «matematizables» y que el esfuerzo por reducir el proceso de diseño al uso de métodos prefijados, usualmente, da por resultado diseños poco satisfactorios y monótonos, y que los diseñadores usaban ciertos métodos no porque fueran pertinentes, sino porque eran fáciles de manejar (Alexander, 1965). Estos comentarios marcaron el inicio de la crisis paradigmática en los métodos de diseño y del diseño moderno centrado en la forma.

EL CAMBIO PARADIGMÁTICO

Los factores que llevaron a un cambio en el paradigma del diseño moderno fueron variados. Para su presentación los dividimos en *internos*, que agrupan a los que surgieron dentro del campo, y *externos*, los que contemplan aquellos cambios en el contexto que impactaron de manera directa la noción de *diseño*.

1. FACTORES INTERNOS

El concepto de función, central al movimiento moderno, fue duramente cuestionado. Debido a que el concepto de *uso* no era suficiente para sustentar un diseño, se recurrió a conceptos tales como la función comunicativa, estética, tecnológica y comercial, con lo que el concepto mismo se desdibujó y los diseñadores, acostumbrados a optimizar la función, se encontraron en un marasmo de confusiones.

Aunado a lo anterior y haciendo eco de las críticas de Alexander, los métodos y su racionalidad operativa fueron vistos como camisas de fuerza que ataban no solo la creatividad del diseñador, sino al problema mismo, pues resultaba imposible analizar en detalle todos y cada uno

de los factores que los comprenden. En este sentido, ganó cada vez más fuerza la noción de *problemas perversos* (*wicked problems*) desarrollada por Hörst Rittel (Rittel, 1973).

En tercer lugar, podemos mencionar la preocupación sobre el verdadero papel del diseñador en cuanto a la toma de decisiones en las empresas. Se argumentaba que los problemas (en el modelo de trabajo multidisciplinario) eran estudiados y analizados por expertos en mercadotecnia y que las soluciones finales dependían en realidad de los departamentos de ingeniería industrial. El diseñador se encontraba alejado de los centros de decisión. Este planteamiento cuestionaba, entre otros aspectos, los conocimientos que formaban el núcleo de las capacidades de los diseñadores. Era necesario conocer de análisis de mercado, expectativas de los consumidores, hábitos de compra, procesos de distribución de mercancías, entre otros³, de modo que la noción del diseñador como configurador de formas fue cuestionada.

2. FACTORES EXTERNOS

Al mismo tiempo, se dieron cambios en prácticamente todos los ámbitos. El mundo dejaba atrás la Modernidad para dar paso a otra época, que aún se está definiendo. Entre ellos podemos mencionar los siguientes:

Problemática ambiental. Poco a poco todos tomamos conciencia de los efectos que el ser humano tiene sobre el medio ambiente. Fuentes de energía, agua, basura, consumo desmedido, calentamiento global, entre otros aspectos, demandan de los diseñadores productos diseñados con una clara conciencia ecológica. Pero el problema de la sustentabilidad es complejo y el solo concepto de configuración de las formas resulta a todas luces insuficiente para abordar esta problemática tan compleja.

En segundo lugar, desde la Posguerra, los procesos de globalización se han acelerado exponencialmente. En un principio el diseño abordó este cambio como una oportunidad para fomentar la exportación de productos, pero la globalización presenta retos que rebasan lo económico. En un tiempo la discusión se sintetizaba en «pensar globalmente, actuar localmente», poco después, ante la dificultad de esta premisa, se generaron conceptos híbridos como lo *glocal* que buscaba reunir los distintos puntos de vista. Hoy somos conscientes de que la globalización incluye necesariamente lo cultural y lo social por lo que no se reduce al tránsito de mercancías. Así, el concepto de usuario sufre modificaciones importantes ante las que nos encontramos desarmados. Los métodos

3 Estos cuestionamientos dieron origen a los estudios sobre gestión del diseño (Design Management), que hoy se han convertido en un campo especializado.

tradicionales no contemplan esta variable y, por lo tanto, son insuficientes para enfrentar los problemas derivados de la globalización.

Aunado al punto anterior, se presenta la preeminencia de las visiones derivadas del neoliberalismo económico. Conceptos como competitividad, eficiencia e innovación constante, forman parte de nuestras discusiones cotidianas y debemos encontrar maneras de comprender estos conceptos para diseñar productos en un ambiente altamente competitivo y que demanda ganancias económicas.

Otro aspecto digno de mención es la emergencia de diversas minorías que hacen oír su voz y reclaman productos diseñados específicamente para sus necesidades y expectativas de calidad de vida. Ante esta situación, el concepto tradicional de *usuario*, que ha pasado de ser un segmento del mercado a un personaje global y perteneciente a grupos minoritarios, presenta preguntas ante las que los proyectos de diseño no siempre dan una respuesta adecuada. Surgen propuestas como el diseño universal, que está en desarrollo y que demanda otro tipo de conocimientos más allá de los ergonómicos tradicionales. Una vez más, si de verdad se piensa en lo incluyente, la cultura se vuelve un factor vital y los métodos tradicionales no aportan mucho al estudio de este factor.

Por último, es necesario mencionar el impacto que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) tienen en nuestra vida cotidiana. En el ámbito del diseño, primero se cuestionó la utilidad de las TIC en el proceso de diseño y se les redujo a instrumentos sofisticados de dibujo, pero en poco tiempo resultó evidente que estas tecnologías cambiaron nuestra vida. Se empezaron a utilizar como apoyo al proceso, después para obtener información y actualmente son parte intrínseca de cualquier trabajo. Su adopción se ha dado de manera inmediata y constante. La velocidad con que se desarrollan no permite una reflexión y el tiempo en que se ha dado su crecimiento no ofrece una perspectiva que permita establecer marcos. Este es un gran reto.

Tanto los factores internos como los externos dieron lugar a una crisis epistemológica. El paradigma del movimiento moderno, si bien aún puede ofrecer perspectivas útiles, debe ser revisado.

El Diseño Industrial está en crisis. Se reconozca o no, es una crisis de identidad, propósito, responsabilidad y significado [...] Esta crisis del Diseño es, simplemente, que los diseñadores industriales no hacen lo que generalmente dicen hacer. Esto significa que tienen mucho menos control sobre el proceso de desarrollo de productos de lo que uno puede creer. Además, la manera cómo responden los usuarios y las culturas

a los objetos que los diseñadores ayudan a crear, no se entiende aún con suficiente claridad. (Richardson, 1993, p. 34)

La noción misma de diseño ha sufrido cambios sustanciales. ICSID, que cobijó la primera definición de la profesión, hoy propone otra visión⁴:

El diseño es la actividad creativa cuyo propósito es establecer las multifacéticas cualidades de los objetos, procesos, servicios y sus sistemas, dentro de todo su ciclo de vida. Por lo tanto, el diseño es el factor central de la humanización innovadora de las tecnologías y el factor crucial del intercambio económico y cultural. (ICSID, 2005)

Es importante observar que este organismo deja de lado el concepto *diseño industrial* y se refiere tan solo a *diseño*. Así mismo, no se menciona la *forma* y se piensa en *multifacéticas cualidades*. Otro aspecto digno de resaltar es que la profesión se abre al diseño de procesos, servicios y sus sistemas, de manera que el producto deja de ser la preocupación central. La forma como objetivo queda relegada al pasado.

Los ejemplos anteriores dan muestra de la profundidad de la crisis epistemológica del diseño, que ha sido evidente desde la década de 1980. Uno de los efectos de esta crisis es evidenciar la falta de una estructura sólida que ayude a plantear preguntas, al tiempo que procura respuestas y señala caminos.

¿HACIA DÓNDE?

Según la teoría sobre los paradigmas de Kuhn (Kuhn, 2014), los períodos de crisis epistemológica conllevan una laxitud metodológica, lo que vuelve más difícil definir las rutas a seguir. En nuestro caso, a pesar de esta situación, podemos recurrir a marcos más generales sobre algunos aspectos que el trabajo teórico en diseño puede presentar.

Para nuestros propósitos consideramos, en principio, que una teoría es «Un conjunto de propuestas que ofrece principios para el análisis o aplicaciones de un tema» (Mautner, 1996, p. 426).

Bonsiepe establece que «la teoría del diseño no existe (aún)» (Bonsiepe, 1985, p. 266). Esto puede ser acertado si el punto de partida que se toma es el de la perspectiva de las ciencias físico-naturales o exactas. Sin embargo, es

4 Es importante hacer notar que esta definición fue retirada de la página de ICSID hacia finales de 2014 y actualmente aparece un llamado a la comunidad para colaborar en la formulación de una nueva definición.

cuestionable si modificamos nuestro marco y adoptamos las posturas de las ciencias sociales humanistas. Veamos las razones detrás de esta afirmación.

Desde la óptica de las ciencias exactas, en muchos casos no es posible hablar de la teoría general de un campo. Por ejemplo, en realidad no existe la teoría de la biología ni de la geografía, lo que existen son diversas teorías que, en un caso explican, por ejemplo, cómo han evolucionado los seres vivos y otras ofrecen principios para analizar los procesos del crecimiento en las plantas. En el caso de la geografía, hay principios teóricos que nos permiten analizar por qué hacen erupción los volcanes y otros que estudian los procesos de los movimientos de las masas continentales.

Uno de los errores en el campo del diseño ha sido centrar la búsqueda en una teoría general del diseño y esta no existe (aún), como nos dice Bonsiepe. Por otro lado, podemos recurrir a otras disciplinas para conocer las teorías sobre los procesos cognitivos que serán de utilidad en ciertos análisis ergonómicos, o bien teorías que nos ayuden a comprender la problemática del medio ambiente y otra más que nos explican qué es el color, y así podemos decir que hay teorías particulares que nos ayudan a analizar y aplicar principios diversos, según el problema en cuestión. Una pregunta interesante es sobre la posibilidad de que se puedan reunir algunas de estas teorías para generar directrices generales a los proyectos de diseño. Sin embargo, de ser esto posible es —en el mejor de los casos— un paradigma en construcción.

Las características generales que podemos esperar de una teoría son:

- Objetividad
- Rigor
- Sistematizada
- Sistémica
- Comunicable

Así mismo, es necesario recordar que las ciencias exactas requieren de sus teorías la posibilidad de comprobación y predicción, mientras que, en el campo de las ciencias humanísticas, se espera que sean propositivas (aunque sus propuestas no sean fácilmente comprobables). Para el caso del diseño, las reflexiones de Herbert Simon son especialmente pertinentes. Este autor prefiere hablar de las ciencias de lo artificial: «un cuerpo de conocimientos sobre una clase de cosas —objetos o fenómenos— en el mundo: sobre las características y propiedades que tienen y sobre cómo se comportan e interactúan entre ellas (Simon, 2006, p. 1).

Es cierto que esta visión aún resulta limitada para el diseño, pues a nosotros no solo nos interesa cómo se relacionan las cosas entre sí, sino también de manera fundamental, cómo se relacionan estas con el ser humano en sus múltiples dimensiones y también como las cosas median las relaciones de los seres humanos entre sí. Por otro lado, el mismo Simon nos recuerda una característica

intrínseca al diseño y que cualquier teoría sobre este campo debe contemplar: «Al ingeniero y de manera más general al diseñador, le interesa cómo deberían ser las cosas —cómo deberían ser para lograr sus objetivos y funcionar—» (Simon, 2006, p. 5).

Las reflexiones teóricas sobre el diseño deberían contemplar tanto el modo de ser de los objetos, como la manera en que podrían ser.

INVESTIGAR

Si bien la investigación en diseño ya cuenta con un historial, en términos históricos es relativamente reciente. Para algunos autores estos esfuerzos se iniciaron en la Bauhaus, pero en realidad una sistematización de este trabajo se da desde la posguerra. Basta mencionar los trabajos de Maldonado, Archer, Gugelot y muchos otros. Según Bayasit (2004), el trabajo sistematizado de investigación en diseño se inició hace ya poco más de medio siglo.

El cambio paradigmático al que hemos hecho referencia también ha impactado en nuestros conceptos sobre epistemología, praxeología y fenomenología. Explicar estos cambios nos llevaría a extender demasiado el presente texto. Basta con señalar cómo posturas actuales sobre estos campos hoy son estudiadas bajo nuevas visiones que obligan a una revisión constante de lo que en un momento consideramos como puntos de partida sólidos (Audi, 2010; Bauman & Bordoni 2014).

A pesar de estos esfuerzos, podemos destacar que, si bien existen algunas luces sobre los posibles caminos de la reflexión teórica, aún falta mucho por avanzar. De aquí la necesidad de estimular procesos de investigación que nos permita formular preguntas pertinentes y explorar posibles espacios de acción.

Desde hace algunas décadas se han realizado trabajos en distintas áreas, que estudian las diversas facetas de lo diseñado (Järvinen & Koskinen, 2001; Koskinen, Zimmerman, Binder, Redstrom & Wensveen, 2011), como por ejemplo, su relación con la economía, los procesos de innovación, su impacto cultural, por mencionar tan solo algunas de estas perspectivas. Sin embargo, en muchos diseñadores aún subsiste una idea limitada sobre lo que es investigar. Esto se debe, al menos en cierta medida, a que durante la formación profesional se pide que, antes de generar formas, se investigue sobre el problema en cuestión. De aquí la idea de que «investigar», para algunos, es recolectar datos sobre algún problema específico y un paso necesario y previo al proceso de configuración formal.

Es adecuado que los diseñadores consideren que están bastante familiarizados con la investigación y que ésta es parte esencial del proceso de diseño. Sin embargo,

el tipo de investigación que los diseñadores y los docentes del diseño reconocen, es usualmente una de las maneras de hacer investigación casuística, muchas veces alejada de otras más fundamentales como la básica o la aplicada. (Buchanan, 2001, p. 19).

Por lo tanto, resulta pertinente ofrecer una definición de investigación. Mario Bunge nos ofrece una, que por su sencillez, resulta particularmente útil:

Investigar es la búsqueda metodológica del conocimiento [...] la investigación original enfrenta nuevos problemas, o revisa descubrimientos anteriores. La investigación rigurosa es la marca de la ciencia, la tecnología y las ramas «vivas» de las humanidades. (Bunge, 1999, p. 251).

Por otro lado, Bruce Archer nos ofrece esta otra que, en cierta medida, complementa la anterior: «La investigación es una búsqueda sistemática cuyo objetivo es el conocimiento de ,o en, diseño, composición, estructura, propósito, valor y significado de las cosas hechas por el hombre y de los sistemas (Archer, 1981, p. 51).

De las definiciones anteriores, podemos identificar, al menos, dos elementos comunes: el rigor en la investigación y un proceso o método sistemático. Por otro lado, es claro que Archer especifica algunos aspectos pertenecientes al diseño pero, sobre todo, establece una diferencia importante: la investigación puede ser «de diseño» o «en diseño», es decir, plantea que el resultado de este proceso puede ser para obtener conocimientos que ayuden o den sustento al proceso de diseño durante la solución de un problema, o bien puede ser sobre temáticas que profundicen en aspectos propios o básicos para la disciplina y que, por lo tanto, nos ayudan a comprender de mejor manera cómo interactúan conocimientos (que pueden ser de otros campos) y aspectos tales como el valor o significado.

Si prestamos atención a los elementos comunes, podemos observar que no marcan principios estrictos; al hablar de *método*, por ejemplo, se generaliza y no se menciona específicamente al *método científico*. Lo mismo sucede cuando se habla de rigor en la investigación. Esto es de gran importancia, pues en ocasiones, cuando se habla del método en la investigación, se considera que se alude a los procesos de las ciencias exactas. No es el caso. En realidad se hace referencia a un proceso, riguroso, es cierto, pero que debe ser adecuado o pertinente al problema en cuestión.

Lo anterior nos permite establecer, por un lado, una diferencia fundamental: la ciencia tiene por objetivo la verdad o bien descubrir principios generales de aplicación universal, mientras que el diseño busca soluciones adecuadas a necesidades. La búsqueda de principios verdaderos no compete al diseño; nuestros propósitos

se centran en la búsqueda de soluciones pertinentes. Por otro lado, podemos establecer para ambos campos, ciertos valores comunes, entre ellos:

- Objetiva. Entendida como un proceso que se basa en datos concretos y no en especulaciones personales.
- Rigurosa. Sujeta a la observación de principios y procesos, que si bien pueden ser diversos, no están sujetos a criterios transitorios y que deben ser validados.
- Sistematizada. Sujeta a un cierto proceso ordenado y que busca tanto su propio espacio, como su relación con otros procesos.
- Propositiva. En ambos campos se ocupan de temas o problemas de relevancia, ya sea para el campo de conocimiento en sí mismo o para la sociedad, en los que se espera hacer aportaciones o innovaciones.
- Informada. Se desarrolla con base en datos existentes y no en ideas o propuestas originadas por deseos o especulaciones personales.
- Dirigida hacia objetivos delimitados. Buscan o persiguen resultados específicos y no están a la búsqueda de algún resultado aleatorio; en muchas ocasiones esto marca una diferencia con las artes.
- Comunicable. Los resultados del proceso de investigación deben ser, no solo inteligibles, sino que también entren en un proceso de socialización, ya sea al interior de la comunidad científica correspondiente o la sociedad en general.

TAXONOMÍAS DE LA INVESTIGACIÓN

Al establecer algunos aspectos comunes y las diferencias entre la investigación científica y el diseño, se puede plantear algunas taxonomías de investigación.

1. Desde la perspectiva del proceso adecuado a los objetivos que se plantean, la investigación puede ser casuística, aplicada o básica (Buchanan, 2001).

La *casuística* es definida como un tipo de investigación especialmente útil para analizar problemas que se refieren a dilemas relacionados con la toma de decisiones u orientación de trabajos, y se basa en el análisis de casos. En el caso de la ciencia y el diseño, el centro no se ubica necesariamente en decisiones de índole moral o juicios, sino basadas en informaciones estadísticas. Este tipo de investigación es muy usada en la medicina. En el diseño, particularmente en el ámbito de México y Latinoamérica, es una investigación que se ha desarrollado pocas veces y cuya utilidad aún no es suficientemente valorada.

La investigación casuística puede arrojar luz sobre aspectos tan concretos como la usabilidad de algún producto, su aceptación por algún segmento de la sociedad o, incluso la rentabilidad económica de algún diseño de comunicación visual. Datos de esta índole hacen falta en nuestro medio para dar solidez a argumentos

que, de otra manera, se tratan tan solo como intuiciones valiosas o, en el mejor de los casos, como verdades no comprobadas. Por ejemplo, en el campo del diseño de la comunicación visual se argumenta que una imagen corporativa bien diseñada tiene un efecto positivo en la presencia social de las empresas y su penetración en los mercados, sin embargo, no siempre disponemos de datos «duros» que demuestren esta premisa. Lo mismo podemos decir con respecto al diseño de una página web o la adecuación ergonómica de algún producto.

La *investigación aplicada* la podemos definir como aquél proceso dirigido hacia la obtención, a partir de una solución específica, de principios genéricos que puedan ser aplicados en problemas similares. No es extraño escuchar en el medio del diseño que el desarrollo de un producto puede ser entendido como *investigación aplicada*, sin embargo, no es fácil establecer la diferencia entre el resultado que obtendría un grupo de profesionales en su práctica cotidiana y la que obtendría un investigador. Una primera diferencia está en que, en el caso del investigador, el objetivo es la constatación o acotación de principios genéricos, mientras que, para el practicante, el centro de gravedad está en entregar un producto dentro de ciertos requerimientos establecidos.

Otro aspecto que es necesario mencionar es la cuestión de la difusión o socialización de los resultados. Mientras que para el practicante la difusión se refiere a la reproducción material del proyecto, para el investigador el medio más usual es la publicación por diversos medios, que permite transmitir en un ámbito más amplio, los resultados obtenidos.

El tercer tipo señalado es el de la investigación básica. Este tipo de proceso se enfoca principalmente hacia aquellos aspectos que permiten entender los principios fundamentales que explican o establecen los preceptos y bases sobre los que se despliega el diseño en sus distintas facetas, ya sea como disciplina o como práctica. Dentro de la investigación básica se encuentran las exploraciones sobre teoría e historia, sin embargo, en no pocas ocasiones, estas investigaciones tienen ramificaciones hacia otros campos y, por lo tanto, marcan rumbos de desempeño interdisciplinario.

2. Desde la perspectiva de la pregunta central que se formula en una investigación, podemos hablar de enfoques epistemológicos, fenomenológicos y praxeológicos (Cross, 2006, p. 101).

En términos básicos, la epistemología del diseño se refiere al estudio de las maneras en que se da el conocimiento en esta disciplina. Desde una óptica más amplia, la epistemología es la raíz de muchas investigaciones básicas, pues se apoya en diversas teorías del conocimiento. Tiene por objetivo enfrentarse a problemas sobre los que el conocimiento puede validarse, como los contextos históricos, psicológicos, culturales y sociológicos. En el campo del diseño, existen diversos

trabajos en este sentido: se destacan las aportaciones de Nigel Cross, Bryan Lawson y Kees Dorst, sobre el transcurso del pensamiento que se sigue durante las distintas fases del proceso de diseño. Por lo tanto, hay un lazo estrecho entre la epistemología y la praxeología.

La *praxeología* en diseño se entiende como el estudio de las prácticas y los procesos empleados durante el proceso proyectual. Desde una perspectiva más cercana a la complejidad, entendemos la praxeología como un campo que se aboca al estudio de la lógica de la acción humana. En el diseño se dan dos vertientes, la primera estudia cómo actúan los diseñadores durante el proceso de diseño, y otra analiza el comportamiento de los usuarios-consumidores. Esta última establece una fuerte relación con campos como la antropología y la economía, para entender por qué un producto es aceptado o rechazado, lo que a su vez se relaciona con la fenomenología.

La fenomenología del diseño se centra en el estudio de las formas y la configuración formal, desde la perspectiva de los elementos que intervienen en la síntesis y su significado. Sin embargo, si adoptamos una perspectiva más amplia y compleja, entendemos la *fenomenología* como una rama del conocimiento que tiene por objeto el estudio de los fenómenos y su impacto en la conciencia del ser humano y, por tanto, sobre nuestra experiencia del mundo artificial (en el que se inscriben las obras de diseño). Si bien el estudio fenomenológico se inicia con la observación de las apariencias, su objetivo es ir más allá de ellas y penetrar en las esencias de los fenómenos. Ejemplos de estudios de esta índole son los trabajos de Merleau-Ponty sobre la percepción y los de Derrida sobre la fenomenología del lenguaje.

A partir de las descripciones anteriores, es claro que estos enfoques se complementan y relacionan entre sí. Los distingue su centro de gravedad, determinado por el objetivo que se desea analizar y comprender.

Con base en las taxonomías anteriores, podemos elaborar, en primera instancia, una matriz que nos permite relacionar los enfoques mencionados:

	CASUÍSTICA	APLICADA	BÁSICA
EPISTEMOLÓGICA			
FENOMENOLÓGICA			
PRAXEOLÓGICA			

Fig. 2. Matriz fundamental para relacionar objetivos de investigaciones.

A partir de esta matriz, podemos relacionar los objetivos que se desean alcanzar con los métodos o procesos a aplicar. Con base en esta relación, también es posible generar un mapa que nos permita ubicarnos

dentro del amplio espectro de las posibles investigaciones. Esta es una de muchas posibilidades para establecer relaciones, entre distintos enfoques con la investigación. A continuación se ilustran otros acercamientos.

3. Podemos distinguir tres enfoques con relación a la modalidad de aplicación de lo estudiado. Usualmente estos enfoques se apoyan en el desarrollo de estudios en disciplinas que, de una manera u otra, tienen elementos comunes con el campo del diseño. Por esto, muchos autores, como Friedman (2005) y Krippendorff (2007), se refieren a estos enfoques como «ciencias para...». Se establecen tres campos en este sentido: ciencias del diseño (*Sciences of Design*), ciencias para diseñar (*Sciences for Design*) y ciencia en diseño (*Design Science*).

Las llamadas *ciencias del diseño* son, la mayoría de las veces, estudios basados en otros campos y cuyo propósito es tomar a los productos diseñados como un campo de investigación. Trabajos de esta índole los encontramos en Donald Norman (desde la psicología y la ergonomía cognitiva), en Víctor Margolín (desde la historiografía) y Richard Buchanan (desde la filosofía).

De manera similar, el campo denominado *ciencias para diseñar* tiene como objetivo principal la sistematización de diversos métodos que permiten volver la práctica del diseño más eficiente y pertinente. Este tipo de investigación puede ayudar a mejorar el discurso general del diseño, así como a revisar los criterios y argumentos que se presentan a distintos tipos de usuarios.

La ciencia en diseño se entiende como la exploración sobre procesos explícitamente organizados, racionales y sistemáticos, para conocer y proponer mejoras a los procesos de diseño desde diversas ópticas. En este enfoque, se persigue tanto el conocimiento sobre el proceder del diseñador, como sobre la manera de sintetizar los distintos factores que confluyen en la proyectación.

	CASUÍSTICA	APLICADA	BÁSICA	
EPISTEMOLÓGICA				Del diseño
				Para diseño
				En diseño
FENOMENOLÓGICA				Del diseño
				Para diseño
				En diseño
PRAXEOLÓGICA				Del diseño
				Para diseño
				En diseño

Fig. 3. Matriz de relaciones aplicada a objetivos de investigaciones en diseño.

A partir de lo expuesto podemos generar una visión más completa que incluya las distintas taxonomías presentadas.

La utilización de estas matrices puede ser útil en

distintas ocasiones. La primera, y tal vez la más relevante, es en el momento de proponer las preguntas que dan inicio al proceso de investigación. Al usar esta matriz para ubicar las distintas preguntas, el investigador puede observar de manera fácil la relación entre su trabajo y el que es realizado por otras personas.

CONSIDERACIONES FINALES

Se han presentado tres distintas taxonomías que, por sí solas, pueden ser útiles a los investigadores para ubicar sus esfuerzos y delimitar los centros gravitacionales de sus trabajos. Las dos primeras son taxonomías comunes en distintos campos del conocimiento, mientras que la última surge de consideraciones o preocupaciones propias al diseño.

Con las matrices que se generan, es factible realizar mapas que ayuden a ubicar proyectos específicos, o incluso a visualizar nuevos enfoques y posibles relaciones. Ambas matrices son complementarias. Por otro lado, herramientas como estas pueden ayudar a establecer, en grupos de investigadores, estrategias que permitan ubicar los campos que se están cubriendo en un momento dado. Nuestro propósito no se centra exclusivamente en la propuesta de las matrices, sino en iniciar un camino que arroje claridad al proceso de definir el sentido y la relación, entre los trabajos dentro del campo de la investigación en el diseño.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEXANDER, C. (1969) Ensayo sobre la síntesis de la forma. Ediciones Infinito. Buenos Aires.
 ALEXANDER, C. (1965) La ciudad no es un árbol. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
 ARCHER, B. (1981). A view of the Nature of Design Research. En Jacques, R. (ed). Design: Science: Method. Westbury House. Londres.
 ARCHER, B. (1984) Systematic Method for Designers. En Cross, N. (ed). Developments in Design Methodology. Wiley and Sons. Londres.
 AUDI, R. (2010). Epistemology. A contemporary introduction to the theory of knowledge. Routledge. Nueva York.
 BAUMAN, Z. & Bordoni, C. (2014). State of Crisis. Polity Press. Cambridge.
 BAYASIT, N. (2004). Investigating design. A review of forty years of Design Research. Design Issues, Vol. 20, No. 1, pp. 16-29
 BONSIPE, G. (1978). Teoría y práctica del diseño industrial. Elementos para una manualística crítica.

- Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
- BONSIEPE, G. (1985). El diseño en la periferia. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
- BUCHANAN, R. (2001). Design Research and the New Learning. En Design Issues. Vol. 17. No. 4. pp. 3-23.
- BUNGE, M. (1999). The Dictionary of Philosophy. Prometheus Books. Amherst. Nueva York.
- CROSS, N. (2006). Designerly Ways of Knowing. Springer. Londres.
- FRIEDMAN, K. (2005). Theory Construction in Design Research. Criteria, Approaches, Methods. Memorias de la Conferencia Internacional Design Research Society. Brunel University. Staffordshire University Press.
- GUGELOT, H. (1963). Praxis des Industrial Design. Ulm, No. 7 p. 3-5.
- INTERNATIONAL Council of Societies of Industrial Design - ICSID (1959). Primera definición de Diseño Industrial. Recuperado de: <http://www.icsid.org>.
- INTERNATIONAL Council of Societies of Industrial Design - ICSID (2005). Primera definición de Diseño Industrial. Recuperado de: <http://www.icsid.org>
- JÄRVINEN, J. & Koskinen, I. (2001). Industrial Design as a culturally reflexive activity in manufacturing. Sitra Reports Series 15. University of Art and Design Helsinki.
- JONES, Ch. (1967). El estado actual de los métodos de diseño. En: El simposio de Portsmouth. Problemas de metodología del diseño arquitectónico. Editorial universitaria de Buenos Aires. Buenos Aires.
- KOSKINEN, I.; Zimmerman, J.; Binder, T.; Redstrom, J; Wensveen, S. (2011). Design Research through Practice. From the Lab, Field and Showroom. Elsevier. Nueva York.
- KRIPPENDORFF, K. (2007). Design Research. An Oxymoron? En Michel, Ralf (ed.) Design Research Now. Essays and Selected Projects. Birkhäuser Verlag. Basel.
- KUHN, T. (2014). La estructura de las revoluciones científicas. Fondo de Cultura Económica. México.
- MALDONADO, T. (1977) El diseño industrial reconsiderado. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
- MAUTNER, T. (1996) Dictionary of Philosophy. Blackwell. Oxford.
- RICHARDSON, A. (1993). The death of the designer. Design Issues. Vol. 9, No. 2. MIT Press
- RITTEL, H. (1973). Dilemmas in a General Theory of Planning. Policy Sciences, Vol. 4. P. 155-169. Elsevier.
- RODRÍGUEZ, L. (2003) Los esquemas para la configuración de la forma en la modernidad. En: Las rutas del diseño. Editorial Designio. México.
- SIMON, H. (2006) Las ciencias de lo artificial. Editorial Comares. Granada.
- WATKIN, D. (1984). Morality and Architecture. The University of Chicago Press. Boston. Recuperado el 16

de septiembre 2014, de: <http://www.icsid.org>.

OTRA BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- OWEN, C. (2007). Design Thinking: Notes on its Nature and Use. En Design Research Quarterly. Vol. 2. No. 1.
- SEVALSON, B. (2010). Discussions and Movements in Design Research. A Systems approach to practice design research in design. En Formakademisk. Vol. 3. No. 1. pp. 8-35.

ES Bases de datos de fuentes digitales como fuentes para proporcionar alternativas para la selección tipográfica

EN Databases of digital fonts as sources for providing alternatives for font selection

ITA Basi di font digitali come fonti per la fornitura di alternative per la selezione dei caratteri

FRA Bases de données de polices numériques comme sources pour fournir des alternatives pour la sélection de polices

POR Bancos de dados de fontes digitais como fontes para fornecer alternativas para seleção tipográfica

César Puertas Céspedes

Databases of digital fonts as sources for providing alternatives for font selection

CÉSAR PUERTAS CÉSPEDES

Associate professor at the School of Graphic Design, Universidad Nacional de Colombia. Graphic and typeface designer. E-mail: capuertasc@unal.edu.co



ABSTRACT (ENG)

Given the sheer number of typefaces available in the market and the predominance of intuitive criteria during the process, font selection (even after a general decision regarding the features of the fonts sought after has been made) is a difficult task for both, students and professional graphic designers. A more rational, systematic approach is proposed, based on objective formal attributes and design parameters derived from Gerrit Noordzij's ideas and Erik van Blokland's *TypeCooker* methodology. This paper intends to show that digital font data bases and simple algorithms can be used to refine a font search, a convenient approach to most graphic designers, type designers, font foundries, and design educators.

KEYWORDS: *Typography, Typeface design, Font selection, Design parameters, Databases*

RESUMEN (ESP)

Debido al inmenso número de tipografías disponibles en el mercado y a la predominancia de criterios intuitivos, la selección de fuentes se ha convertido en una tarea difícil para los estudiantes y para los profesionales en diseño gráfico, inclusive después de que se ha tomado una decisión general sobre las características de las fuentes buscadas. Se propone un enfoque racional y sistemático basado en atributos formales objetivos y parámetros de diseño derivados de las ideas de Gerrit Noordzij y de la metodología *TypeCooker* de Erik van Blokland. Se intenta mostrar que las bases de datos de las fuentes digitales y algoritmos simples pueden ser utilizados para refinar la búsqueda de fuentes. Este artículo ofrece una información metodológica útil para la mayoría de diseñadores gráficos, diseñadores tipográficos, fundiciones tipográficas y educadores de diseño.

PALABRAS CLAVE: *Tipografía, Diseño de tipografía, Selección de fuente, Parámetros de diseño, Bases de datos*

RIASSUNTI (ITA)

Dovuto all'immenso numero di caratteri tipografici disponibili nel mercato ed alla predominanza di criteri intuitivi, la selezione di fonti è diventato un compito difficile per studenti e professionisti del design grafico, perfino dopo che si è preso già una decisione generale sulle caratteristiche delle fonti cercate. Si proporsi un approccio razionale e sistematica basato su attributi formali ed obiettivi, ed in parametri di design derivati delle idee di Gerrit Noordzij e della metodologia *TypeCooker* di Erik van Blokland. Si cerca di mostrare che i database delle fonti digitali ed algoritmi semplici possono essere utilizzati per raffinare la ricerca di fonti. Questo articolo offre un'informazione metodologico utile per la maggioranza di designer grafici, designer tipografici, fonderie tipografiche e professori o maestri di design.

PAROLE CHIAVE: *Tipografia, Disegno di carattere, Selezione dei caratteri, Parametri di progettazione, Banche dati*

RÉSUMÉ (FRA)

Dû au grand nombre de polices de caractère disponibles sur le marché et à la prédominance de critères intuitifs, la sélection des sources s'est convertie en une tâche difficile pour les étudiants et les professionnels du design graphique, y compris depuis qu'une décision générale a été prise sur les caractéristiques des sources recherchées. L'auteur de cet article propose une approche rationnelle et systématique basée sur des attributs formels objectifs et de paramètres de design dérivés des idées de Gerrit Noordzij et de la méthodologie *TypeCooker* développée par Erik van Blokland. De plus, il essaie de montrer que les bases de données des sources digitales et les simples algorithmes peuvent être utilisés pour affiner la recherche de sources. Cet article offre une information méthodologique utile

pour la majorité des designers graphiques, typographiques, des fonderies typographiques et des enseignants en design.

MOTS-CLÉS: *Typographie, Typeface design, Sélection des polices, Paramètres de conception, Bases de données*

RESUMO (POR)

Dada a enorme quantidade de tipografias disponíveis no mercado e do predomínio de critérios intuitivos, a seleção de fontes virou um trabalho difícil tanto para estudantes quanto para designers profissionais, mesmo logo depois de decidir sobre os critérios gerais para a sua busca. É proposto um enfoque racional e sistemático, baseado nas qualidades formais objetivas e os parâmetros de design provenientes das ideias de Gerrit Noordzij assim como da metodologia *TypeCooker* de Erik van Blokland. É pretendido amostrar que os bancos de dados das fontes digitais e os algoritmos simples podem ser usados para refinar a procura de fontes. Esse artigo oferece informação metodológica útil para a maioria dos designers gráficos e tipográficos, para os artífices tipográficos e os educadores do design.

PALAVRAS-CHAVE: *Tipografia, Design de tipo de letra, Seleção de fonte, Parâmetros de projeto, Bases de dados*

INTRODUCTION

Computers make our lives easier by calculating what we humans simply cannot. Design today is a computer-based activity and most of us, designers and non-designers, cannot imagine a world without computers and applications. Fonts in the form of computer data (digital fonts) have already been around at least since 1972, when the Ikarus format was started (Karow, 2013, p. 16). Color palettes are now being made using the Adobe Kuler or similar apps. Web design and book design today are mostly automated. In the realm of typography, GREP styles¹ solve almost instantly what it used to take hours via the find and replace menu or manual editing.

Type design, too, has become dependent on digital technology. Bézier curves, Python scripts and Open Type features are just a few of the many adaptations made by software engineers in order to translate typographic traditions into machine language so that we can exercise a profession in this digital age. However, font selection is still considered an art and many designers do not think about computers as anything but a simple means to an end. Can this situation be reversed? Can we use the power of computers to help font selection?

To answer these questions let us have a look at how graphic designers choose type nowadays. A few may attempt to consider a number of variables such as optical size, intended use, language support, etc. along with more subjective criteria such as its mood or its visual connotations within a given cultural context (Balius & Sesma, 2010). However, most will probably choose type like they were picking the flavor of an ice cream and therefore fail to consider most of their options. Mental shortcuts such as availability, or cognitive biases such as authority and representativeness, among others tend to affect the decision-making process leading designers to choose what they are already familiar with, what looks like what they need to represent or what they have been

told to pick when in doubt rather than what they would pick if they were more aware of both the massive amount of options and the cognitive processes taking place when they design (McRaney & Dobelli, 2011).

What if their intuition was just one of the many tools used by designers to choose type? What if an automatic tool for choosing type could be designed, based on all the digital information that we currently have? At least hypothetically, basic data analysis applied to font design and font selection could yield surprising results and help us understand more about typography than any type classification system devised in the centuries before has been able to.

DESIGN AND PARAMETERS

Sometimes we tend to forget that fonts are computer data: a database of Bézier curves drawings that only make sense when used to write something. An incredibly diverse yet highly structured array of shapes which need to have many things in common in order to deserve to be together in the same file. Those things in common being the key to its usefulness, its reason to be or to exist. Its DNA.

We are now talking about design attributes. The characteristics some type designer has given to a set of glyphs intended for writing anything you want. Those decisions are either made with specific intention in mind or with a purpose yet to be discovered.

Some of those decisions, no matter how crazy or diverse, have something in common with other decisions. We can all see that a fat letter and a thin one from the same type family have something in common, regardless of how different they may seem. When we stop seeing isolated decisions and are instead able to see ranges of possible decisions, we see what we can call a design parameter.

Parameter comes from the Ancient Greek παρά, meaning "beside, subsidiary" and μέτρον, which means "measure". In its common usage, the term identifies a

¹ Globally search a Regular Expression and Print. A technique used in digital typesetting that allows typographers to describe patterns in text in order to make automatic substitutions.

characteristic, a feature, a measurable factor that can help in defining a particular system. A parameter is an important element to take into consideration for the comprehension of a situation.

Parameter-based type design probably started during and thanks to the information age. In 1979, Donald Knuth published Metafont, a true innovation in the field of parametric fonts which is described as follows:

The main components of letters such as horizontal, vertical, diagonal and round strokes are described as the path of a pen with given orientation and pen width. A sequence of them with individual pen stresses, positions and directions describes a character and generates its outline. (Karow, 2013, p. 30)

Gerrit Noordzij is considered another of the pioneers of type design by parameters. In 1985 he published a theoretical model of letter shape variations in three dimensions which was later called Noordzij's cube. This model is important because it allows us to think about the possible outcomes of the interaction between contrast amount, contrast kind and weight, the primary forces that give shape to writing in the Western world. A very interesting, new way to understand type which is still regarded as one of the greatest ideas in type design in the last few decades (Noordzij, 2005).

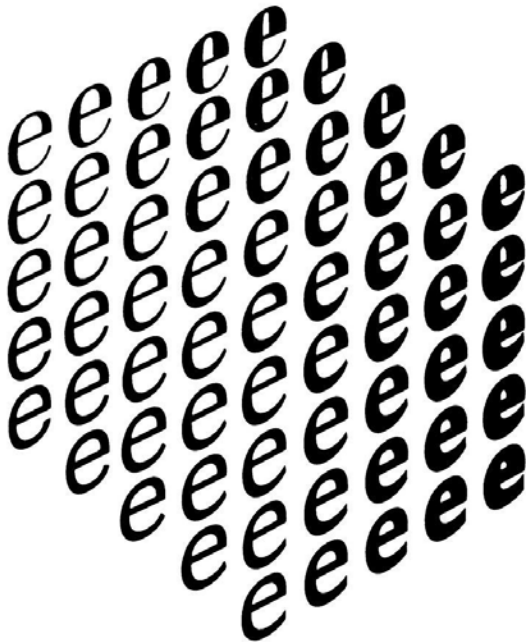


Fig. 1. Noordzij's Cube, a theoretical model devised by Gerrit Noordzij that represents the theoretical relationships between contrast type, contrast amount and stroke width in typeface design.

Erik van Blokland's *TypeCooker*, a model intended to teach type design based on the ideas of Gerrit Noordzij, can also be seen as a program, but one of a different kind, one which is considered a starting point in the development of ideas challenging the notion of type classification systems as well as any other fixed notions about type.

In *TypeCooker* we are able to conceive the shapes of typographic letters as the result of the interaction between design decisions in several parameters. Used correctly and consistently, we can learn how to draw any combination imaginable.

In complete harmony with this notion, Donald Knuth designed his Metafont, a language for font description. Metafont is "a system that allows you to describe a typeface once, and create as many fonts of this typeface as you like by just changing a set of well-chosen parameters separately" (Grandsire, 2004, p. 9).

But Knuth's Metafont is rather hard to learn to use for most type designers and artists. Besides, it can neither generate shapes out of nothing nor cover the entire range of shapes that are possible (Hofstadter, 1982). Just van Rossum's DrawBot lessons at the KABK seem to be the farthest most type designers have been able to go in terms of type design by parameters.

Other systems such as Panose, have proven to be relatively useful in different fields. Almost all applications and operating systems dealing with fonts or providing the possibility of linking a font file to a document have been using it since the 1980s. In the Panose system, each number represents a value that defines each one of the ten parameters in a text typeface: family kind, serif style, weight, proportion, contrast amount, stroke variation, arm style, letterform, midline and x-height (De Laurentis, 1993).

The Panose system conceives the design of a font as a collection of many discrete (discontinuous and easy to identify) decisions that have been made to configure a font inside a range of possibilities or design space, so that a missing font can be compared with others by a computer program and its closest match can be found.

However, the Panose system is far from perfect and has its own, big limitations. For example the lack of precision implied in the process of defining all the possible expressions inside a parameter: what "low contrast" means to one designer, could signify "moderate low contrast" for another. The difference between them is visible because our visual cortex is more developed than our linguistic abilities: we can see more colors than we can identify with a name. Another problem with Panose is that not all foundries or designers use it perhaps because they do not understand it, know how it works

or acknowledge its significance. Some problems come from the system itself, whereas others come from its implementation.

WHAT FOR?

Finding the right font for a design project can be a cumbersome task. Historically, two main approaches have been the most widespread. The morphologic one seems to be the oldest: names such as Thibaudeau, Vox, and Novarese may be familiar to the reader. The morphologic, stylistic approach is also the origin of most type classification systems (Bringhurst, 2004). Conceiving shapes separate from their meanings can provide a technical, rather objective insight.

In contrast, the semantic approach, increasingly popular since the implementation of the Web 2.0 and currently used by most large type foundries, seizes morphology to “tag” fonts in ways that make sense by the user. For example, a tag such as “friendly” can be used in fonts both rounded and broken as long as their features do not conflict with the concept of “friendliness”. In this approach, the same shapes can mean very different things to the user since the overall effect as well as the cultural context are more important than the intrinsic values of these shapes (Kupferschmid, 2013).

Type can be chosen using any of the approaches aforementioned, but we are now focusing on the former, the morphologic approach. As Typecooker has demonstrated, parameter-based type design methods are powerful and effective when it comes to understanding the basics of type design and perhaps even conceiving new ideas for typefaces. Besides, it could also be used for different purposes such as evaluating existing typefaces and/or choosing the right ones for a given project. Or at least, that is one idea we should put to the test. This is how I suggest this could be done.

Most designers, who have a font library in their computers, need to use it often in order to make design decisions such as choosing a font for their projects. However, within this number of fonts some of them are very similar and for most beginners it can be hard to tell the difference between one or the other. They may feel tempted to make choices based exclusively on taste, sometimes with terrible consequences. They may not know what a font has been specifically designed for or even which font attributes are more suitable for a given design commission. The less typographic education you have, the more likely the need for some sort of tool which can help you with the task.

Since this is all digital data, and each font has nearly unique proportions, why not use that information to make slightly less intuitive choices on typeface selection?

Subjective judgment will always be a part of the design process, however, can we at least try to confine it momentarily?

So I took my entire type library, consisting mostly of system fonts. Some of them happened to be my own designs so I thought it would be nice to include them in order to see how similar to or different from others they would be. At this point, I realized more people like me could be interested in doing the same, too. All it takes is a spreadsheet, a bunch of digital fonts in almost any format, a font editor, and some patience to take the measurements. Since it takes about three minutes to measure each font, you can collect enough data to make your own comparisons in no more than a single day of work.

Of course, this does not mean all designers should choose a typeface only after spending one day measuring their candidate fonts and/or after having analysed all the data. This is just an experiment to see if fonts can be measured, those measurements compared to generate proportions, and those proportions compared in order to choose better or at least dispose of sufficient information to make the best possible choices.

MEASUREMENTS AND PROPORTIONS

Many design decisions that make a typeface unique can be compared. The size of the character set, supported languages, year of design, etc., are among the many dimensions that can be collected and used to inform type selection. However, let us focus on shape and the horizontal (x) and vertical (y) measurements that represent it.

Vertical measurements taking place in the y axis determine things such as how large a text set in a given typeface looks as well as how much far apart two lines of text seem. The thin parts of letters and other signs happen along this axis too and this is definite to measure the contrast.

Horizontal measurements in the x axis are responsible for the weight of the text (how thin or thick letters look) as well as for how much space it occupies (advance width). These two are crucial in many applications since weight perception is affected by size and reading distance sometimes making words unreadable.

In order to ensure all the measurements would be comparable, the first thing I did was to consider the UPM size of each font. UPM stands for units per M. This is the vertical size of the “virtual” paper, each character of the font is drawn over, the body size. The UPM defines a grid, so the larger the UPM figure, the finer the grid.

Right after measuring the UPM size it makes sense to record information on caps size, caps stroke width, x-height, lowercase stroke width, connections height,

Measurements :

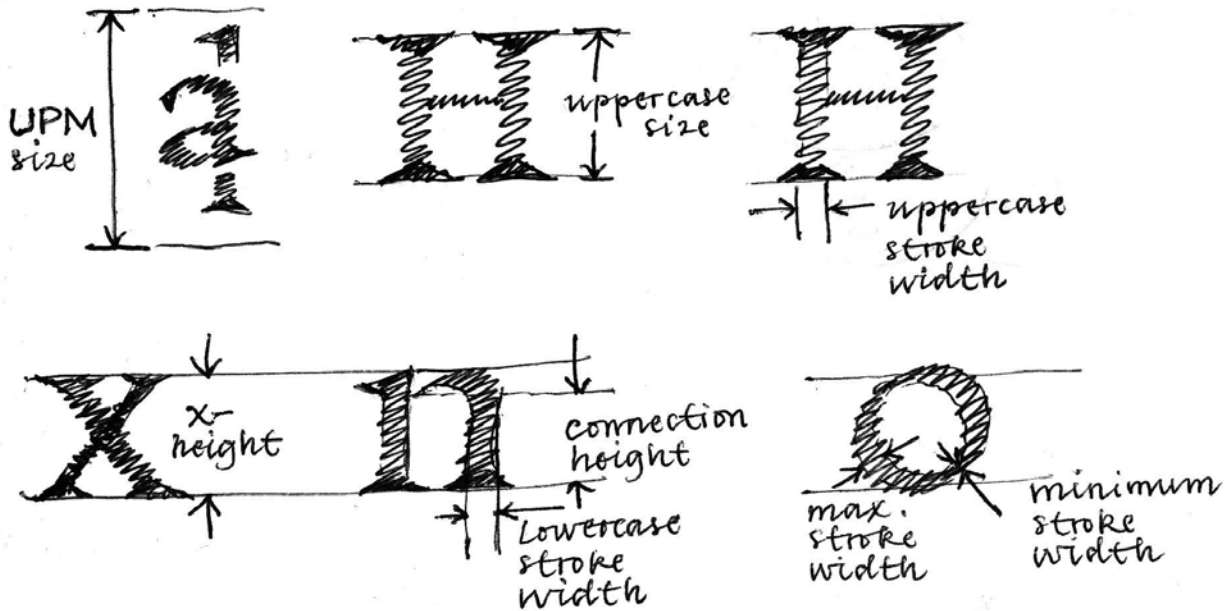


Fig. 3. An illustration of some of the design parameters that were measured.

number of results can be expected. This is an operation between sets, an intersection, which can be represented with a Venn diagram.

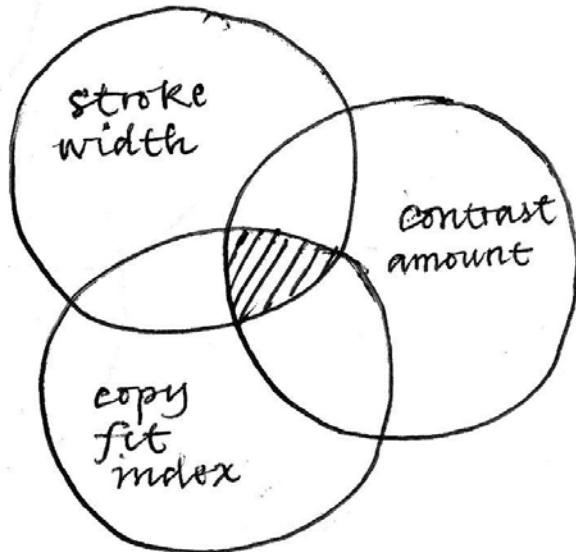


Fig. 4. Venn diagram of the selection process in which sets of data organized by parameters intersect, narrowing down the options as a consequence.

We can test this hypothesis by, for example, trying to find an appropriate typeface for setting the footnotes in a book. Even though all the details of the project that we can provide will certainly have an effect on the decision we make, let us imagine we are looking for something more or less generic and that we have a font library of about 80 type families installed on our computer, which is around 250 fonts. Each step should be aimed at narrowing down the list as much as we can, without discarding any good option. In the end, just a handful of fonts should remain, and all of them should be good candidates for the job.

The first step would be focusing our search on those fonts with a proper stroke width. Caption and sub-caption weights, slightly darker than “normal” text fonts but lighter than bold fonts should be easily detected. Those fonts tend to have a relative stroke width close to 20% and a large x-height to compensate their small size on the page. When we compare the x-height of text fonts with their relative stroke width (see scatter graph) we will see a great variety of possible combinations and a cluster near

the axis 20% of relative stroke width and 45% of relative x-height. Most serif text fonts in any font library tend to be located near these values.

this shortlist, depending on our specific situation, we can choose the one that we like better, or the one that is cheaper. The threshold values of each successive search

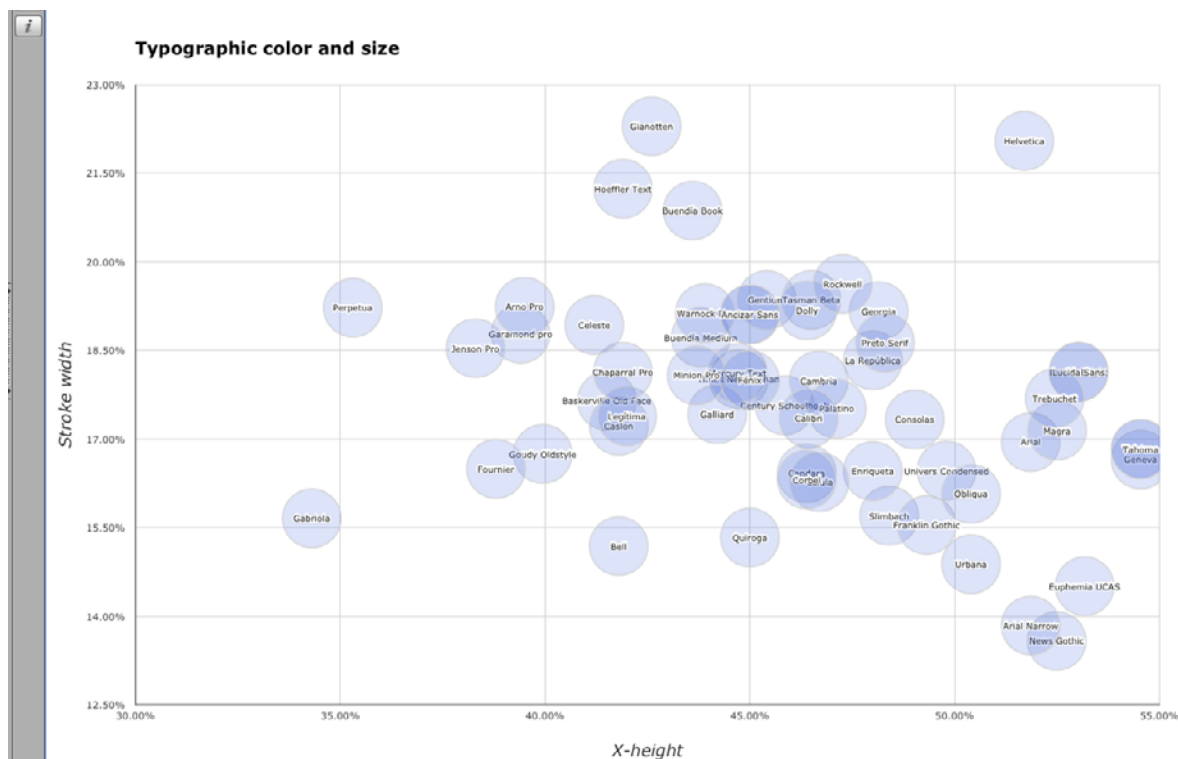


Fig. 5. Scatter graph showing the location of specific fonts in the design space according to stroke width and x-height.

A straight line crossing points (45%, 20%) and (55%, 18%) coincides with the best matches for caption fonts, at least in terms of x-height and stroke width.

A second step and additional criteria that could contribute to narrowing down our search results include a mapping of the amount of contrast in function of the relative x-height. When we take a closer look, we will see a clear correlation between these two parameters: the lower the contrast, the larger the x-height. Most sans serif and Egyptian fonts can be found towards the top right corner of the graph, whereas most high-contrast text fonts can be found near the bottom left corner. Fonts near the middle values of both axes would correspond to more balanced text types.

Choosing a handful of fonts whose x-height ranges between 45-55%, with a relative stroke width of 18-20% and a contrast amount of 0.5 to 1 seems a reasonable method for finding a good type for use in the footnotes of our imaginary book. In the library analyzed, just a handful of fonts meet those requirements: *Ancizar Sans*, *Dolly*, *Fénix*, *Gentium*, *Lucida Sans*, *Preto*, and *Rockwell*. Prior to this exercise, I would not have considered most of them, because I did not even know they could do the job. From

can be adjusted so that we can get more or less results.

We can design different algorithms for a range of different situations. For instance, a display type for a newspaper could be found using an algorithm that gives a high score to the fonts with the highest contrast values, average x-heights, and low copy fitting index, defined by the relative widths of sample uppercase and lowercase glyphs. A good text type for very narrow columns can be found using an algorithm giving a high score to fonts with a normal x-height, average stroke width, and economic horizontal proportions matching low copy fitting index values. An adequate typeface for setting text in German could be the search result of those fonts presenting medium to low difference between upper and lowercase height. The possible applications of this approach are quite interesting and have not been tested sufficiently.

CONCLUSIONS

In spite of this being a work in progress, the following conclusions can be drawn:

- Current technology could greatly facilitate the processes of type selection, type design, and font substitution in ways still unexplored. Many important formal attributes of text and even display fonts can be reduced to numbers which can be used to make

operations useful for helping designers make decisions in the processes aforementioned. The method presented is still far from perfect, but better than nothing, especially when type education is unavailable or insufficient.

- The main limitation of an algorithm-based system of font selection is the availability of data. As I mentioned earlier, the only well-known source of data containing design proportions is the Panose number included in many fonts, mostly system fonts. Unfortunately, this method will yield results based on subjective perceptions, not on accurate measurements and this is a problem if our intention is to make further comparisons, set thresholds, or find correlations. This is why I decided to measure all the values manually and to make a spreadsheet with all of them. However, this is far from being automated or any faster than making decisions by other means. So if the idea is to make an application out of this, an easier way of collecting data is imperative.
- There seems to be some sort of “goldilocks zone” in type design². Most text typefaces are located in the same relative area when design parameters such as contrast amount (0.3-0.6), weight (16%-20%), x-height (45%-50%) and copyfit index (5.0-7.0) are mapped out. This means convention and legibility are concepts which can be explained in terms of location in a design space, a situation far from almost any extreme value along any parameter.
- The Panose system should be revised and its implementation be made more popular among type designers. The grid it uses to define design values is too coarse and many fonts will appear to share the same space if compared in function of only one or 2 parameters. Since it was conceived to find substitute fonts, this comes as no surprise. However, the system can be good for many things other than just finding substitutes for missing fonts, it could be used for selecting fonts and also for conceiving new ones.
- A standard or convention on the meaning of each one of the variables in the Panose system mean is necessary to make font substitution, selection and design more effective and less intuitive processes that take advantage of current technology.
- The validity of type classification systems and their usefulness for choosing and designing type should be tested against the current measurements of fonts and their compared attributes. Entirely new categories

could emerge whereas others could merge into existing ones. In any case, permanent reflection on this subject is highly advisable.

REFERENCES

- BALIUS, A., & Sesma, M. (2010). *Tipo elige tipo. Dieciseis tipógrafos nos enseñan a elegir tipografías*. Madrid: Tipo e.
- BRINGHURST, R. (2004). *The elements of typographic style*. Point Roberts, WA: Hartley & Marks, Publishers.
- DE LAURENTIS, M. (1993). Panose 2.0 White Paper. <<http://www.w3.org/Fonts/Panose/pan2.html>> Consulted in October, 2015.
- DIXON, C. (2002). Type classification. Lecture given during the Twentieth Century Graphic Communication: Technology, Society and Culture, first annual Friends of St Bride conference, september 24-25, 2002. Consulted in December, 2012.
- DOBELLI, R. (2013). *El arte de pensar*. Barcelona: Ediciones B.
- GRANDSIRE, C. (2004). *The Metafont Tutorial*. <<http://metafont.tutorial.free.fr/downloads/mftut.pdf>> Consulted in october, 2015.
- HELLER, S., & Meggs, P. B. (2001). *Texts on type: critical writings on typography*. New York: Allworth Press.
- HOFSTADTER, D. R. (1982). *Metafont, metamathematics, and metaphysics*. Bloomington, IN: Computer Science Dept., Indiana University.
- KAHNEMAN, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. New York: Farrar, Straus & Giroux.
- KAROW, P. (2013). *Digital typography & artificial intelligence*. S.l.: Adobe.
- KUPFERSCHMID, I. (2013). Type classifications are useful, but the common ones are not. Available from <<http://kupferschrift.de/cms/2012/03/on-classifications/#overview>> Consulted in February, 2013.
- MCRANEY, D. (2011). *You are not so smart: why you have too many friends on Facebook, why your memory is mostly fiction, and 46 other ways you're deluding yourself*. New York: Gotham Books/Penguin Group.
- NOORDZIJ, G. (2005). *The stroke: theory of writing*. London: Hyphen.
- VAN Blokland, Erik. *Type Media Type Cooker*. <<http://www.typeccoker.com>> Consulted in May, 2013.

² The term is borrowed from astrophysics and in this context it refers to the habitable region around a star that has just the right conditions to find liquid water on a planet's surface, a key ingredient in the search for life. In the context of type design it means that text typefaces have just the right amount of contrast, weight, width and x-height to optimize reading in body text sizes and immersive conditions.

ES **Diseño y aprendizaje en la educación superior: Una perspectiva desde Finlandia.**

EN **Design and Learning in Higher Education: A Perspective from Finland**

ITA **Design e apprendimento nell'istruzione superiore: una prospettiva dalla Finlandia**

FRA **Design et apprentissage dans l'enseignement supérieur: une perspective de la Finlande**

POR **Design e aprendizagem na educação superior: uma perspectiva da Finlândia**

Teemu Leinonen

Design and Learning in Higher Education: A Perspective from Finland

TEEMU LEINONEN

Aalto University School of Arts, Design and Architecture, Finland. E-mail: teemu.leinonen@aalto.fi



ABSTRACT (ENG)

Meaningful design and valuable learning are processes with many similarities. In both, change is central. Design attempts to change the world around us. Learning changes us. In the article I explore the role and purpose of a university as community tackling humanity's greatest challenges. I claim that the task requires design thinking. Approaching the world with design thinking should not be left for designer and engineers only. It should be central throughout the entire university. If taken seriously this means that we will rethink and redesign our ways of teaching and learning. If we aim to educate change makers, learning in a university should be knowledge building. I conclude by emphasis how in a university we should pay a lot of attention to have processes, practice and social structure that encourage innovation and creation of new knowledge.

KEYWORDS: *Higher education, Universities, Design thinking, Teaching, Learning*

RESUMEN (ESP)

El diseño significativo y el aprendizaje valioso son procesos con muchas similitudes debido a que en ambos casos el cambio es lo central. El diseño intenta cambiar el mundo alrededor y, a su vez, el aprendizaje nos cambia. En este artículo se explora el rol y propósito de la universidad: ser una comunidad que estudia los mayores retos de la humanidad. Se afirma que la tarea requiere de un pensamiento de diseño. De manera que, aproximarse al mundo de esta forma no debería dejarse solo a los diseñadores o ingenieros, sino que debería ser central en toda la universidad. Pensar en esto seriamente significa repensar nuestras formas de enseñar y aprender. Si queremos educar a quienes hacen cambios, el aprendizaje debería ser la construcción de conocimiento. Se concluye que la universidad

debería enfocarse más en los procesos, práctica y una estructura social que promueva la innovación y creación de nuevo conocimiento.

PALABRAS CLAVE: *Educación superior, Universidades, Design thinking, Enseñanza, Aprendizaje*

RIASSUNTI (ITA)

Il design prezioso e l'apprendimento significativo sono processi con molte somiglianze, poiché nei due casi il cambiamento è la cosa centrale. Il design cerca di cambiare il mondo intorno e, a sua volta, l'apprendimento ci cambia. Questo articolo esplora il ruolo e lo scopo dell'Università: una comunità che studia le maggiori sfide dell'umanità, e si regge che questo compito richiede di un pensiero di design. Pertanto, questa forma di avvicinarsi al mondo non dovrebbe lasciarsi soltanto ai designer o ingegneri, ma dovrebbe essere qualcosa di centrale in tutta l'università. Riflettere su questo significa seriamente ripensare le nostre forme di insegnare ed imparare. Quindi, se vogliamo ottenere un cambiamento attraverso l'educazione, l'apprendimento dovrebbe essere una costruzione dinamica della conoscenza. Si conclude così, in questo articolo, che l'università dovrebbe focalizzarsi più nei processi, nella pratica ed in una struttura sociale che promuovano l'innovazione e la creazione di nuova conoscenza.

PAROLE CHIAVE: *Istruzione superiore, Università, Design thinking, Insegnamento, Apprendimento*

RÉSUMÉ (FRA)

Le design significatif et l'apprentissage utile sont des processus partageant plusieurs points communs, dû au fait que dans les deux cas, le changement est central. Le design cherche à changer le monde autour de nous, l'apprentissage nous change nous-même. Dans cet article, on explore le rôle et le but de l'université : être une communauté qui étudie les défis majeurs de l'humanité. Il affirme que la tâche exige le « design thinking ». Ainsi, se

rapprocher du monde avec le design thinking ne devrait pas s'adresser seulement aux designers ou aux ingénieurs, mais ce doit être central dans toute l'université. Penser à cela sérieusement signifie repenser notre forme d'enseigner et d'apprendre. Si l'on veut éduquer ceux qui réalisent les changements, l'apprentissage devrait être la construction de connaissance. L'article conclue que l'université devrait se centrer davantage sur les processus, pratiques et une structure sociale qui promeut l'innovation et la création de nouvelles connaissances.

MOTS-CLÉS: *Enseignement supérieur, Universités, Design thinking, Enseignement, Apprentissage*

RESUMO (POR)

O design significativo e a aprendizagem valiosa são processos com muitas semelhanças dado que ambos os casos a mudança é o valor central. O design pretende mudar o mundo que lhe rodeia e, por sua vez, a aprendizagem nós transforma. Nesse artigo é explorado o rol e o propósito da universidade: o fato de ser uma comunidade que estuda os maiores desafios da humanidade. É afirmado que a tarefa precisa pensamento de design. Assim, se aproximar ao mundo a partir desse olhar não deveria estar reservado unicamente aos designers ou engenheiros, mas deveria virar numa forma de proceder em toda

a universidade. Pensar seriamente a questão significa repensar as nossas formas de ensinar e aprender. Se quisermos educar àqueles que mudam a realidade, a aprendizagem deveria ser a construção de conhecimento. É concluído que a universidade deveria se focar mais nos processos, práticas e uma estrutura social que promova a inovação e criação de novo conhecimento.

PALAVRAS-CHAVE: *Ensino superior, Universidades, Design thinking, Ensino, Aprendizagem*

INTRODUCTION

A university is not a temple of knowledge. A university is a place of living knowledge. We do not worship knowledge; we tend to it, and we hammer it.

At Aalto University we bring together art, science, business, and engineering. This was started by merging three leading Finnish universities in 2010. All three, Helsinki University of Technology (founded in 1849), the University of Art and Design (1871), and Helsinki School of Economics (1911) have made, partly separately but often together, a remarkable contribution to the modern world. The list of innovations that have their roots in these universities includes, just to mention a few, mobile technology, the first graphical web browser, the world's most popular open source database, world-class architecture and design, art masterpieces, the world's most successful video game companies, as well as a number of other sustainable and responsible businesses. Although the output of these three universities has been great, we also see that the world around us is changing at increasing speed.

While the founding of the original universities in the late 19th and early 20th centuries primarily served industrial society in Finland, nowadays we operate internationally, and with the Aalto University we aim to contribute to the global network society. This means that we tackle humanity's greatest challenges.

The name Aalto University is a tribute to the architect, designer and professor Alvar Aalto (1898 – 1976). Aalto was always forward-looking and interested in new technologies and trends in the modern world. Still, his underlying philosophy of life and living was strongly humanistic. According to Alvar Aalto as scientists, engineers, architects, designers and businesses we should first serve humanity. The same principles are still evident at Aalto University today. The aim is to make the world a better place for all.

The name of the university is also a tribute to Alvar Aalto's wife, partner and designer Aino Aalto. Her own works are not as well known internationally as her husband's, although their architecture office was a

common endeavor between the couple. For instance, Aino Aalto's own designs, such as her drinking glasses, are used and loved every day in homes across Scandinavia. We could say that the Aalto ideals were co-designed by Alvar and Aino in their office.

On the one hand, tackling humanity's greatest challenges requires *design thinking*. On the other hand, when promoting design thinking throughout the entire university, we are rethinking and redesigning our ways of teaching and *learning* at the university. In education, the focus must be on learning.

In this article I will introduce the similarities and connections between *design thinking* and contemporary theories of *learning*. I start by exploring the concept of design and design thinking. I continue by introducing the idea of learning as knowledge building, and conclude by presenting the implications of design and new ways of thinking about learning for higher education.

DESIGN: FRAMING, PARTICIPATION, PROTOTYPING, AND DEPLOYING

Universities have always served and shaped the world around them. At the predecessors of universities - Christian cathedral schools and monastic schools - nuns and monks taught classes. In medieval universities, religion and the study of theology were central. Later, the universities focused strongly on science, providing the foundations for the industrial revolution.

Design theorists Nelson and Stolterman (2003) claim that design thinking is a very different approach to the world than classical scientific thinking. Science aims to study the world to achieve universal explanations. Design always attempts to change the world deliberately. Engineering, as a discipline, is close to design, although there are differences too. Design relies on humanities, arts and aesthetics, whereas engineering is classically a way to apply science. The humanism in design makes it a practice that aims to serve another. The art tradition, with its emphasis on self-expression, is also behind design, but it should never be the leading force.

As a cultural activity, design is as old as humankind. We are humans because we design. Design can be located somewhere between art, science, engineering, and handicraft. In design there are methods, like in science, and the emphasis is on imagination and creativity rather than on an attempt to follow a strict method, as is the case in science.

FRAMING WICKED PROBLEMS

Designers love wicked problems – those that are complex, incomplete and often contradictory (Buchanan, 1992; Nelson & Stolterman, 2003; Rittel, 1972; Rittel & Webber, 1973). In design thinking, a problem that may look initially like it is clear and well-defined can be reframed and redefined so that it becomes a wicked problem. In response to the problem of people needing to cross a river, an engineer proposes a bridge. A designer will initially ask why people need to cross the river. In design, this is called framing and reframing. By questioning, the designer aims to understand what the real issue is. In design thinking it is also important to recognize that in framing and reframing the issue, the formulation of the problems are at the same time attempts to solve them. Framing is also important because solving some problems may, and often does, create other, more complex problems (Rittel, 1972).

Bruno Latour (2008) has written about changing matters of fact into matters of concern. The idea resonates well with design thinking. A designer needs empathy, the ability to care for other people and an interest in serving them. She aims to think and feel what people encountering her design will think and feel.

Framing things is also a way of making them visible. When we frame a piece of art, we do it because we want to display it. The frame emphasizes the importance of the piece of art. Similarly, framing in design means that designers lead us to think about certain issues in the context of design. Framing is inviting people to discuss the things being presented. This leads us to my second point: Participation in design.

PARTICIPATION AND DELIVERY IN DESIGN

When design is seen as an attempt to frame and reframe a context according to people's thinking and feeling, it leads us to ask how this can be done. In the Scandinavian tradition, the answer has been involving people in the design process (Ehn & Kyng, 1987 & 1991). In participatory design, the design challenges are raised by the people: Problems and solutions are not imposed from outside but from the individuals' everyday lives (Muller & Kuhn, 1993; Spinuzzi, 2002).

In order to practice participatory design I have developed and introduced (Leinonen, Toikkanen, & Silfvast 2008; Leinonen 2010) a research-based design process. The process is divided into four iterative phases which take place partly in parallel. These are:

- (1) Contextual inquiry - qualitative research operations where the aim is to frame the situation by defining the context and preliminary design challenges;
- (2) Participatory design - workshops with people with the aim of defining the preliminary design concepts;
- (3) Product design - work in the design studio with the aim of defining use cases and basic interaction;
- (4) Production of prototypes - work in the design studio with the aim of delivering artifacts.

Even though the phases are numbered, it is important to understand the continuous iterations and jumps between them. At different times, although being worked on in parallel, the different phases receive more attention. We may see that they all start at the same time, but at the beginning the contextual inquiry receives two-thirds of all the attention, while the other three phases share the remaining third equally between them. This happens with each of the phases, so that the main focus of attention changes over time. The process can also be described as a hermeneutic circle, where all research and design operations increase the designers' understanding of the whole.

Design is not design if it does not deliver concrete artifacts. Nelson & Stolterman (2003) write:

“. . . bringing parts, pieces, functions, structures, processes and forms together in a such a way that they have a presence and make an appearance, particularly of unity.”

In design, hypotheses and proposals are presented in a form of prototype. The prototypes are handled as something one is ready to throw away. They are artifacts that are subjects for discussion with the participants: to criticize, to improve, and finally to take into use.

LEARNING AS KNOWLEDGE CREATION

In her seminal paper “*On two metaphors for learning and the dangers of choosing just one*” Anna Sfard (1998) recognized two metaphors for learning that dominate

our understanding of and discussions about learning. These are the acquisition metaphor and the participation metaphor.

Sfard believes that the theories of learning talk about “knowledge acquisition” and “concept development”, and define the human mind as a container that is filled with materials. The concepts are seen as basic units of knowledge that can be accumulated and used to form rich cognitive structures. The knowledge acquired is then owned by the mind and can be applied in different situations. In the practice of teaching where there is a reliance on the acquisition metaphor, the teacher’s job is to help students achieve their goals by delivering content and facilitating the students’ own attempts to form concepts and cognitive structures.

In the participation metaphor, we pay attention to activities and things we do together. While the acquisition metaphor stresses the individual mind, the participation metaphor is interested in bonds and links between individuals. The ideas of communities of practice (Lave & Wenger, 1991) and socialization in social sciences see learning occurring mainly in participation in the activities of different social groups.

In 2004, Paavola et al. built on Sfard’s two metaphors and introduced a third: a knowledge creation metaphor. The metaphor is related to the model of knowledge building (Bereiter, 2002), the model of knowledge creation (Nonaka & Takeuchi, 1995), and the model of expansive learning (Engeström, 1987). Unique to knowledge creation are processes, practices and social structures that encourage innovation and the creation of new knowledge instead of aiming to transmit existing knowledge (acquisition metaphor), or existing cultural practices (participation metaphor). Knowledge creation is a collaborative effort of some community to enhance their understanding of some subject matter.

In a similar way to design, knowledge creation asks participants to create concrete results. The aim is that the results of their inquiry will serve not only their own learning but that of others too. Publishing results will partly change the nature of learning when the results become common, owned by all (Paavola, Lipponen & Hakkarainen, 2004).

CONCLUSIONS

Design is a process for gaining meaningful results, as is learning as knowledge creation. In design, the results are artifacts that will improve our lives. Similar objectives are present in learning as knowledge creation, too. Both are

future- and progress-oriented.

When we see design and learning this way, what are the practical implications for higher education? What would a university that wants to emphasize design thinking and knowledge creation look like?

Universities have always been places where new knowledge is created. They have relied heavily on scientific thinking that has worked well in the world of industrial production. Science has not lost its centrality. The most important innovations are always strong in terms of science. What a design thinking approach in science can do is to ask better questions by framing and reframing the world. It can also bring the participation of people and rapid prototyping to research. Storytelling, a crucial design skill, can also take the results of science to new frontiers.

In the everyday work of a university, design thinking and knowledge creation can be visible in various ways. The focus is to create: New discoveries, new research results, new designs. In a design thinking-driven university, students do not spend all their time sitting in lecture rooms listening to a lecture; instead they are participating in the research and design work in laboratories, workshops, and studios.

In 1927, Alfred North Whitehead wrote: “The task of a university is to weld together imagination and experience”.

He continued:

“Imagination is a contagious disease. It cannot be measured by the yard, or weighed by the pound, and then delivered to the students by members of the faculty. It can only be communicated by a faculty whose members themselves wear their learning with imagination.” (Whitehead, 1927)

Imagination and experience in a university must be balanced. The practice of standing on the shoulders of giants and discovering by building on previous discoveries represents the experience when design thinking and learning as knowledge creation promote the imagination.

REFERENCES

- BEREITER, C. (2002). Education and mind in the knowledge age. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- BUCHANAN, R. (1992). Wicked problems in design thinking. *Design Issues*, 8(2), 5-21.
- EHN, P., & KYNG, M. (1987). The collective resource approach to systems design. In *Computers and Democracy: A Scandinavian Challenge*. Edited by Bjercknes, G; Ehn, P. and Kyng, M. (pp. 17-57). Avebury.

- EHN, P., & Kyng, M. (1991). Cardboard Computers: Mocking-it-up or Hands-on the Future. In *Design at Work: cooperative design of computer systems*. Edited by Greenbaum, J & Kyng, M. (pp. 169–195). CRC Press.
- ENGSTRÖM, Y. (1987). *Learning by expanding*. Orienta-Konsultit Oy, Helsinki.
- LATOURE, B (2008). A Cautious Prometheus? A Few Steps Toward a Philosophy of Design. Hackney, F., Glynne, J., Minton, V. "Networks of Design", Annual International Conference of the Design History Society, Sep 2008, University College Falmouth, Cornwall, United Kingdom. Universal Publishers, pp.2-10.
- LAVE, J.; Wenger, E. (1991): *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- LEINONEN, T., Toikkanen, T., & Silfvast, K. (2008). Software as Hypothesis: Research-Based Design Methodology. In: *The Proceedings of the Participatory Design Conference 2008*. Presented at the Participatory Design Conference, PDC 2008, Indiana University, Bloomington, IN, USA: ACM.
- LEINONEN, T. (2010). *Designing Learning Tools -- Methodological Insights*. Aalto University, School of Art and Design. Helsinki, Finland.
- MULLER, M. J., & Kuhn, S. (1993). Participatory design. *Commun. ACM*, 36(6), 24-28.
- NELSON, H. G. & Stolterman, E. (2003). *The design way. Intentional change in an unpredictable world*. Englewood Cliffs, New Jersey: Educational Technology Publications.
- NONAKA, I. & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. New York: Oxford University Press.
- PAAVOLA, S., Lipponen, L., & Hakkarainen, K. (2004). Models of innovative knowledge communities and three metaphors of learning. *Review of Educational Research*, 74(4), 557.
- RITTEL, H. (1972). On the planning crisis: Systems analysis of the "first and second generations". *Bedrifts Ökonomen*, 8, 390–396.
- RITTEL, H., & Webber, M. (1973). Dilemmas in a general theory of planning. *Policy Sciences*, 4(2), 155–169.
- SFARD, A. (1998). On two metaphors for learning and the dangers of choosing just one. *Educational Researcher*, volume 27, number 2, pp. 4–13.
- SPINUZZI, C. (2002). A Scandinavian challenge, a US response: methodological assumptions in Scandinavian and US prototyping approaches. In *Proceedings of the 20th annual international conference on Computer documentation* (pp. 208-215). Toronto, Ontario, Canada: ACM.
- WHITEHEAD, A.N. (1927) *Universities and Their Function*. Address to the American Association of the Collegiate Schools of Business, 1927.

ES **Canales comunitarios de televisión,
expectativas y reglamentación**

EN **Community Television Channels,
Expectations and Regulations**

ITA **Canali televisivi Comunità, le
aspettative e il regolamento**

FRA **Chaînes de télévision communautaire,
attentes et règlement**

POR **Canais de televisão comunitária,
expectativas e regulamento**

Jaime Rodolfo Ramírez Rodríguez

Canales comunitarios de televisión, expectativas y reglamentación

JAIME RODOLFO RAMÍREZ RODRÍGUEZ

Profesor Asociado de la Escuela de Cine y Televisión de la Facultad de Artes, Universidad Nacional de Colombia. E-mail: jrramirezr@unal.edu.co



RESUMEN (ESP)

Este artículo analiza los canales comunitarios de televisión en relación con tres componentes: la manera como operan para producir contenidos, las expectativas sociales que buscan satisfacer y la normatividad que los rige. Las conclusiones se obtienen a partir de los patrones de acción identificados en ellos mediante un estudio cualitativo de caso.

PALABRAS CLAVE: *Televisión comunitaria, Estudio de caso, Exclusión.*

ABSTRACT (ENG)

This paper analyzes the community TV channels regarding to three components: the way they work to produce contents; the social expectations they seek to satisfy, and the normative that rules them. We draw conclusions about the action patterns they have, which are identified through a qualitative case study.

KEYWORDS: *Community television, Case Study, Exclusion.*

RIASSUNTI (ITA)

Questo articolo analizza i canali comunitari di televisione in relazione con tre componenti che sono: la maniera come operano per produrre contenuti; le aspettative sociali che cercano soddisfare e la normatividad che li dirige. Si ottengono conclusioni circa i modelli di azione concordati in essi mediante un studio qualitativo di caso.

PAROLE CHIAVE: *Televisione Comunità, Casi di studio, Esclusione.*

RÉSUMÉ (FRA)

Cet article analyse les canaux communautaires de télévision en relation avec trois composants qui sont : la manière dont ils opèrent pour produire du contenu ; les attentes sociales qu'ils cherchent à satisfaire et les normes qui les régissent. Il obtient

des conclusions auprès des patrons d'action identifiés au sein de ces canaux, selon une étude de cas qualitative.

MOTS-CLÉS: *TV communautaire, étude de cas, Exclusion*

RESUMO (POR)

O presente artigo analisa os canais comunitários de televisão em relação com três componentes: a forma como operam para produzir conteúdos; as expectativas sociais que pretendem satisfazer e a normatividade que os regula. São obtidas conclusões sobre os padrões de ação identificados, mediante um estudo qualitativo de caso.

PALAVRAS-CHAVE: *TV Comunitária, Estudo de Caso, Exclusão*

INTRODUCTION

En este artículo nos ocuparemos de una clase de organización mediática que fomenta la participación de las comunidades en el diseño, y la manera como se elaboran y presentan los contenidos que se producen (Hasebrink, 2011; Valcke, 2011). Concretamente nos referimos a la televisión comunitaria de Colombia¹, la cual se caracteriza por cubrir a una vecindad, esto es, a un conjunto de personas que comparten un mismo espacio, condiciones de vida, expectativas, prácticas y experiencias (Mejía, 2012). Dicha vecindad se encuentra circunscrita al entorno geográfico inmediato en donde se emite la señal, el canal de televisión, y suelen habitar los administradores y demás trabajadores que allí laboran. Se establece para integrar a los miembros de una vecindad con el fin de satisfacer las necesidades culturales, educativas y de diversión que consideran relevantes mediante la elaboración de los programas o mediante la orientación de las líneas editoriales del canal comunitario.

Este artículo examina la elaboración de contenidos al interior de los canales comunitarios en relación con las expectativas que generan y con la normatividad que los rige, particularmente la de 2006 y la de 2013.

Los datos se obtuvieron mediante un estudio cualitativo de caso desarrollado bajo las orientaciones metodológicas de Robert Yin (2009, 2011, 2012). Se indagó acerca de la manera como se elaboran programas en cinco canales de televisión comunitaria de Bogotá, mediante observación no participante y entrevistas a profundidad. Tales observaciones se realizaron en dos periodos distintos, el primero en el año 2012, en el cual había una transición entre la normatividad del año 2006 y la de ese

año. La segunda observación se realizó en el año 2014, periodo en el cual se estaba implementando lo estipulado en la normatividad del año 2013.

Con base en la evidencia obtenida en el estudio de los casos concretos se interpretan las expectativas que en el momento de las observaciones se planteaban acerca de los canales comunitarios y de las normas que los regulan.

Inicialmente, expondremos el contexto del diseño institucional, particularmente las expectativas que motivan la creación de tales modalidades comunicativas, tanto a nivel global como en Colombia. Posteriormente, nos referiremos a las características prácticas de los canales comunitarios de Colombia determinadas por las normas legales. En la exposición del estudio de caso, inicialmente trazaremos el contexto normativo específico que regía a los canales durante el periodo en el que fueron estudiados.

Finalmente, en la sección de conclusiones se interpretan las observaciones de los patrones de acción identificados en el estudio de caso integrándolas con las expectativas y la normatividad que los rige.

ORIGEN DE LOS CANALES COMUNITARIOS

Los medios de comunicación, en cuanto instituciones ideológicas o cuerpos normativos culturales, influyen en la interrelación social mediante la modificación de los estados cognitivos de quienes reciben sus mensajes (Bandura, 1996). Comparten con otras instituciones sociales (Prodanciuc, 2012) la facultad de ejercer efectos

1 Para una revisión de los diferentes modelos organizacionales de canales de televisión comunitarios en el mundo se puede consultar la investigación de Lizandro Angulo (2008), titulada *Modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano: Estudio de la televisión comunitaria de Colombia y nueva propuesta de programación y formación de periodistas*.

positivos o negativos en la manera de interpretar el mundo, en las actitudes y en los valores que pasan de una generación a la siguiente (Peterson, 2003).

En razón a esa influencia en la manera de pensar de los individuos², los productos concretos elaborados en las organizaciones ideológicas relacionadas con la televisión –tales como informativos de televisión, películas de ficción, documentales, entre otros– no son mercancías comunes.

En consecuencia, surge la necesidad de concebir el sistema total de producción, distribución y comercialización como un servicio en el que la ciudadanía pueda participar democráticamente (Chomsky, 1989) para garantizar el derecho de los individuos y culturas a poner en circulación social sus ideas, tal como lo han logrado otros segmentos de la población (Wongrujira, 2008). Esto conduce principalmente a hacer contrapeso a las organizaciones mediáticas «que operan en favor de los intereses especiales que dominan su actividad estatal y privada» (Chomsky y Herman, 2009, p. 11).

En concordancia con las expectativas creadas por esa concepción de democracia, suelen plantearse iniciativas orientadas a fomentar los aspectos positivos de los medios y a proteger a las personas del posible efecto negativo de su influencia. Para ello, hay iniciativas académicas de educación mundial en estudio crítico de medios (Wilson, Grizzle, Tuazon, Akyempong y Cheung, 2011), de estudio del manejo que los docentes hacen de los medios en el aula (Gillian, 2000), de activismo social para influir en la manera como las corporaciones desarrollan sus políticas (Napoli, 2007), lo cual incluye la defensa de segmentos de la población ante los efectos de la publicidad (Brune, 2004), la protesta por el descontento ante los contenidos elaborados en canales de televisión, y el diseño de políticas públicas (Masmoudi, 1978; de Moraes, 2011; Pickard, 2015). La última de estas iniciativas, el diseño de políticas, incluye el proyectar organizaciones de medios

2 Uno de los factores negativos de la influencia que los medios ejercen en las actitudes y formas de pensar de las audiencias se puede ilustrar mediante la manera como se comercializan los espacios en dichos medios de comunicación. Cuando la rentabilidad se obtiene principalmente vendiendo audiencias a las empresas de anuncios publicitarios, lo cual se logra con programas de televisión que transforman el estado cognitivo de sujetos, quienes después de verlos pasan a un estado de relajación y entretenimiento. El canal de televisión aprovecha ese breve momento de relajación y le vende su audiencia a los anunciantes para que ellos, a su vez, le presenten a ese público anuncios publicitarios con la esperanza de que induzcan a los televidentes a comprar sus mercancías. Patrick La Lay, presidente de la corporación de televisión privada Tele France 1, hizo una descripción práctica de dicha dinámica en este memorando interno dirigido a todos los trabajadores creativos del canal, he aquí un aparte:

Nuestros programas tienen la intención de volver disponible [el cerebro del espectador]; es decir, divertirlo y distenderlo, para prepararlo entre dos mensajes. Lo que le vendemos a Coca-Cola es tiempo de cerebro humano disponible. Nada más difícil de lograr que esa disponibilidad (Durfur, 2008).

para alcanzar los propósitos mencionados anteriormente. Una de ellas son los medios de comunicación comunitarios.

El ámbito que dio cabida a la creación de canales comunitarios en Colombia fue parte de una reestructuración del Estado mucho más amplia, en respuesta a un periodo de fuerte tensión social³. En respuesta a esto, diversas fuerzas políticas y sociales que en décadas anteriores habían estado enfrentadas, lograron un consenso sobre la posibilidad de convocar una asamblea constituyente como pacto político de ampliación democrática (Uprimny y Sánchez, 2013). Lo anterior condujo a la elaboración de la Constitución de 1991, la cual, en palabras del presidente de ese periodo (1990-1994) durante la ceremonia oficial de su promulgación, debía ser considerada un tratado de paz (*El Tiempo*, 1991).

En ese periodo se elaboró una constitución que, al menos nominalmente, instauraba un Estado Social, esto es «un sistema político que impone al Estado la misión de garantizar ciertos derechos considerados esenciales para la subsistencia mínima de la persona en el interior de la sociedad sin privaciones irracionales» (Silva, 2012). Estas y otras iniciativas se presentaban como parte de un pacto que permitiera volver a recuperar la convivencia nacional (Quintana, 2013)

En consecuencia, en el ámbito de los medios, en cuanto instituciones, se consideró que debían cumplir una labor ideológica de mayor significación que aquella convencional destinada a obtener lucro, por lo tanto, debían incidir sobre la cultura nacional con efectos civilizadores, en una sociedad atribulada por el dolor y la zozobra. En consecuencia, establecieron que nuevas condiciones políticas abrieran la posibilidad para que los grupos tradicionalmente excluidos de la televisión hegemónica pudieran acceder a la elaboración de contenidos televisivos. Por esto se fomentaron las organizaciones comunitarias de medios de comunicación, tales como los sistemas de televisión comunitarios.

La concepción del carácter excepcional de los medios de comunicación y particularmente de la televisión se expresó en la Constitución de 1991, determinando que la televisión pasaba a ser administrada por una «entidad

3 Este periodo estuvo caracterizado por una violencia aguda en la cual influyeron estos factores: las deplorables condiciones de vida de la mayoría de la población; la guerra civil entre la insurgencia y la clase dirigente, causada por dicha inequidad; y la guerra de los carteles del narcotráfico, por el control del negocio y del poder político. Todo esto condujo a episodios de dolor tales como el asesinato sistemático de los miembros de un partido de izquierda la Unión Patriótica, de candidatos electorales a diferentes corporaciones públicas incluida la Presidencia de la República, masacres, entre otros. La acumulación de todos estos a episodios hizo que la opinión pública y algunos sectores de la clase dirigente considerasen esto como un límite que el país no podría seguir tolerando, que condujo a procesos de paz en entre el estado y grupos armados insurgentes, principalmente con el M-19 y el EPL, PRT y Quintín Lame (Álvarez et al., 2015)

autónoma del orden nacional, sujeta a un régimen propio» (Artículo 77), de tal manera que la administración del sistema de televisión adquirió autonomía regulada con respecto a los otros poderes del Estado⁴: el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial, y está sometida al control político del poder Legislativo. Adicionalmente, la Constitución de 1991 le dio cabida a los sistemas comunitarios de medios al reconocer, en el Artículo 365, que los servicios públicos podrían ser prestados por el Estado, las comunidades organizadas y los particulares.

En el desarrollo de la Constitución se elaboró el esquema normativo que regiría a los servicios de televisión; se reconoció los propósitos de construcción social con el apoyo de los medios que en ese periodo eran considerados cruciales para mejorar la convivencia entre los ciudadanos. Por tanto, en el Artículo segundo de la Ley 335 de 1995 se reconoció que:

[...] los fines del servicio de televisión son formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear de manera sana. Con el cumplimiento de los mismos se busca satisfacer las finalidades sociales del Estado, promover el respeto de las garantías, deberes y derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la democracia y la paz, y propender por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter, nacional, regional y local (Áschner, Borrero, Lancharos y Mantilla, 2009, p. 5)

En el Artículo tercero de la misma ley se estableció que la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) sería el organismo rector del servicio público de televisión, el cual posteriormente sería eliminado como efecto de la reforma constitucional de 2012.

Adicionalmente, en el Artículo 37 de esa misma ley, se definieron las características de los servicios de televisión comunitaria (Áschner et al., 2011). Estas condiciones serán descritas a continuación, puesto que son la base para la prestación de tales servicios, a partir de las cuales se

organizaron los canales comunitarios de Colombia.

CONDICIONES DE OPERACIÓN DE LOS CANALES COMUNITARIOS

Las normas estipulan que el servicio de televisión comunitaria debe ser prestado por comunidades organizadas, cuya finalidad principal consiste en satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales con énfasis en contenido social y comunitario.

Las decisiones administrativas de estos sistemas deben ser tomadas por la comunidad organizada, definida en el Artículo 37 de la Ley 335 de 1996, como una «asociación de derecho integrada por personas naturales residentes en un municipio, distrito o parte de ellos, en la que sus miembros están unidos por lazos de vecindad o colaboración mutuos para operar un servicio de televisión comunitaria» (Áschner et al., 2011, p. 161), con el propósito de «afianzar fines cívicos, cooperativos, solidarios, académicos, culturales e investigativos» (Áschner, 2011 et al., p. 161).

De esta manera, se busca que las vecindades atendidas por los sistemas comunitarios participen, entre otros aspectos, en la selección de los canales emitidos y de la programación elaborada para ser transmitida por un canal comunitario propio de ese sistema de televisión.

Adicionalmente, se define como un servicio que se presta sin ánimo de lucro, que debe ser «autofinanciado y comercializado por las comunidades organizadas» (Áschner et al., 2011, p. 161).

Aunque debe autofinanciarse ante el Estado, no se le considera televisión por suscripción, como las modalidades comerciales del servicio. Esto se debe a que, en vez de afiliados, sus miembros son asociados, es decir, forman parte de la comunidad organizada que presta el servicio. No son solamente clientes que pagan una mensualidad a un titular encargado de la administración de un servicio, como sucede en los sistemas de televisión por cable privados.

En cuanto a la participación de las vecindades, se determinaron dos características en los sistemas de televisión comunitaria. La primera de ellas consiste en que estos operan en función de sus asociados, en otras palabras, sus televidentes tienen la facultad de incidir en el canal comunitario. La segunda es que la entidad central que determina los contenidos a ser emitidos es la comunidad organizada.

Como efecto de la ley, se fortalecieron estrategias comunicativas bajo el esquema de canales comunitarios. Solamente dos años después se contabilizaron 265 canales comunitarios de televisión con presencia en todos los departamentos del país, con una variada programación en cuanto a géneros. Por ejemplo, en ellos se transmitían 120 noticieros, 146 magazines y 136 musicales (Rodríguez,

⁴ Este Artículo 77 fue modificado por el Artículo 1 del Acto Legislativo 002 de 2011, que determinó que los entes que reemplazarían a esta entidad dependerían del gobierno nacional.

Barón y Tenorio, 1998). Su creación también influyó a que la normatividad fue utilizada para que algunos sistemas ilegales de televisión por cable privados pudieran legalizar su actividad para vender el servicio (Vizcaíno, 1994), pero sin cumplir con los requisitos de atender a la reglamentación en lo relativo a la comunidad organizada, ni a la creación de canales de televisión comunitarios.

SE BUSCA ACENTUAR EL CARÁCTER COMUNITARIO DE LOS CANALES EN 2006

En el periodo de 1994 a 2006 se aprueban normas para los canales comunitarios y se promulgan los acuerdos para reglamentarlos. Hay un clima de optimismo acerca de sus posibilidades, que está alimentada por las expectativas de transformación institucional del lapso al que nos hemos referido. Se espera que la comunitaria provea contenidos televisivos a la vecindad, con el fin de satisfacer sus necesidades culturales, educativas y de entretenimiento. Se espera que se prioricen estos servicios sociales sobre el ánimo de lucro (Dietz, 2000; Téllez, 2003; Quiroz, 2002; Dios, Medina, Ramírez y Zuleta, 2008) y que se garantice la participación de la comunidad en la creación audiovisual (Barón et al, 1998).

Pero, en vista de que en realidad no se concretan esas intenciones de una manera masiva en los sistemas comunitarios ya reconocidos por la CNTV, esta entidad responde estableciendo en 2006 correctivos (Barriga, Parra, Patiño y Ramírez, 2007), mediante la promulgación del Acuerdo 009 en el cual se exige a los titulares de los servicios de televisión comunitaria que emitan un mínimo de horas de producción propia –Artículo 17– y toma medias para promover esta producción –Artículo 18– (Áschner et al., 2011, p. 224). Con ello se busca fomentar el logro de los propósitos sociales consignados en las normas. Todo ello influye para que los titulares de los sistemas de televisión comunitaria funden nuevos canales de televisión e incrementen el número de horas de programación propia, los cuales suman aproximadamente 764 canales en 2012, seis años después de entrada en vigencia el acuerdo mencionado (ANTV, 2013).

ESTUDIO DE CASO DE 2012

En 2012, seis años después en la entrada en vigencia del Acuerdo 6 de 2006, se realiza la primera observación del estudio de caso para conocer la manera como se elaboran los contenidos propios en los canales comunitarios. A continuación, mencionamos los componentes contextuales que fueron el marco de dicho periodo de observación, los cuales podemos caracterizar como de

radical transición institucional y de altas expectativas de los grupos de interés en torno a las posibilidades de los canales comunitarios.

El componente de contexto de la transición institucional lo marca la eliminación de la CNTV en 2012 y su reemplazo por la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), lo cual genera incertidumbre sobre el futuro de los canales comunitarios de televisión, puesto que no hay claridad en este periodo acerca de cuál reglamentación los regirá.

Esa incertidumbre influyó en la modificación institucional que derogó en la práctica el plan de desarrollo 2010-2013 de la CNTV. En el cual, con respecto a los canales comunitarios, determinaba que «los lineamientos de las políticas estarán dirigidos a fortalecer la gestión de estos operadores, de acuerdo con la naturaleza de los canales» (CNTV, 2010, p. 108-109). Por lo tanto, el énfasis de la acción institucional de ese ente estaría centrado en abordar temas prácticos sin mayores variaciones con respecto a lo actuado en años anteriores. Dichos temas estarían relacionados con la cobertura de la señal de televisión de una zona determinada, la calidad de dicha señal, la oferta de contenidos, entre otros.

Concretamente, el cambio institucional mencionado se da en cumplimiento del Acto Legislativo del 2 de junio de 2011 que derogó al Artículo 76 y modificó al Artículo 77 de la Constitución Política de Colombia, con lo cual desapareció la Comisión Nacional de Televisión. Así, durante la observación del estudio de caso en 2012, la televisión es regida por la Ley 1507 de 2012.

La dimensión de la transformación institucional consiste en que la Ley 1507 distribuye las funciones de la CNTV en cuatro entidades diferentes, aunque delega la mayoría de ellas en la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), que se establece como una Agencia Nacional Estatal de Naturaleza Especial que forma parte del sector de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (Artículo 2). El Estado se aleja así de la concepción cultural que estaba consignada en la Constitución de 1991, al adscribir dicho ente regulador al Ministerio. Así, la televisión se concibe como un producto

de comunicación que se transmite en una red de datos y requiere, por tanto, un tratamiento de distribución ligado a consideraciones tecnológicas y de mercado⁵.

En ninguna de las normas aprobadas se le reconoce a la televisión comunitaria el derecho de protección del Estado. Al respecto, solamente se establecen dos funciones generales que debe asumir la ANTV: velar por el fortalecimiento de televisión pública y promover y desarrollar la industria de la televisión (Artículo 3).

Por otra parte, los colectivos interesados en la televisión comunitaria continuaban manifestando expectativas de amplio alcance sobre esta modalidad comunicativa. Tales como las que se plantearon en el

5 Específicamente, de conformidad con la Ley 1507 de 2012, la ANTV cumple principalmente funciones de carácter ejecutivo como la adjudicación de concesiones y licencias del servicio público de televisión. De asistencia, coordinación y acompañamiento de otros órganos de control en lo relativo a temas como la administración y gestión del espectro con la Agencia Nacional del Espectro (ANE) o con la Superintendencia de Industria y Comercio —en asuntos relativos a la televisión o el estudio de materias de televisión o fomento del Ministerio de Tecnologías de Información y la Comunicación—. Coordina con la ANE los temas relativos a la gestión, administración y control del espectro radioeléctrico. Además, acompaña al Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la preparación y atención de las reuniones con los organismos internacionales de telecomunicaciones en los que hace parte Colombia y al Gobierno Nacional en el estudio y preparación de materias relativas al servicio de televisión. En cuanto a sus funciones de asesoría, asiste al Gobierno Nacional en el estudio y preparación de las materias relativas a los servicios de televisión y de diseño e implementación. En el ámbito educativo, diseña estrategias pedagógicas dirigidas a la teleaudiencia infantil y familiar para desarrollar su espíritu crítico respecto de la información recibida a través de la televisión. También cumple funciones sancionatorias aplicables a quienes violen disposiciones constitucionales y legales en la prestación del servicio público de televisión. También se le confía la función de velar por el fortalecimiento y desarrollo de la TV pública y de promover y desarrollar la industria de la televisión.

Estas eran las facultades que originariamente tenía la CNTV y que la mencionada Ley distribuye en tres entidades que son:

- La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), a la que le asigna la responsabilidad de clasificar, las distintas modalidades del servicio público de televisión, y regular las condiciones de operación y explotación del mismo, particularmente en materia de configuración técnica, gestión y calidad del servicio, modificaciones en razón de la transmisión de eventos especiales, utilización de las redes y servicios satelitales, y obligaciones con los usuarios (Artículo 12).
- La Superintendencia de Industria y Comercio, que recibe la facultad de Investigar y sancionar a los operadores, concesionarios de espacios y contratistas de televisión por violación del régimen de protección de la competencia, el pluralismo informativo y del régimen para evitar las prácticas monopolísticas previstas en la Constitución y en las leyes (Artículo 13).
- La Agencia Nacional del Espectro (ANE), que asume la responsabilidad estatal de hacer la intervención en el espectro electromagnético destinado a los servicios de televisión (Artículo 15) así como a fijar los derechos tasas y tarifas que deba percibir el estado por concepto del otorgamiento de explotación de las concesiones para la operación del servicio de televisión y las que correspondan a los contratos de concesión de los espacios de televisión (Artículo 14).

Primer Simposio sobre Memoria y Medios Comunitarios y Alternativos que se realizó en Bogotá. Allí se dijo que los medios comunitarios son herramientas que recogen, expresan y reflejan necesidades e intereses de las comunidades, y que su labor es útil para construir la memoria del barrio, grupo, ciudad y nación (De Memoria, 2012), así como de la ciudadanía y de la cultura (Sánchez, 2012). Se afirma también que sus contenidos son herramientas para la intervención social y el desarrollo de discursos autónomos que conllevan a la democratización del uso de la imagen. Se afirma que dinamizan procesos que interpelan el monopolio de los medios de comunicación, logrando influir en el proceso de creación, producción y recepción de los medios audiovisuales en ámbitos locales y regionales (Velasco, 2012), lo cual permite que allanen el camino de una política estratégica que apoye la consolidación de una memoria diversa, plural y multicultural, que rompa la segregación simbólica y permita la visibilidad de los sectores alternativos e históricamente marginados (Rodríguez, 2012).

El estudio cualitativo en el que observamos la manera cómo se producen los contenidos en los canales comunitarios (Ramírez, 2014) se realizó de la siguiente manera. La observación se hizo en cinco canales de televisión de Bogotá, su foco fue la producción de programas informativos de televisión. Esto debido a que se conjeturó que tales programas son un indicador de la relación que hay entre la audiencia y el canal comunitario. La evidencia se obtuvo mediante observación no participante y con entrevistas a profundidad. Visitamos cada canal en una sesión de dos horas mínimo, con el fin de apreciar si en ellos se producía televisión propia y si dentro de esa programación había noticieros. Si la complejidad de la producción realizada lo ameritaba, entonces procedíamos a hacer una nueva visita.

Al examinar las condiciones de los cinco canales visitados, hicimos una nueva visita a dos de ellos: TV Álamos TV8 y Canal 5 Antena la Estrella, con 335 y 14 721 asociados en el periodo de observación respectivamente.

Los tres canales restantes son Asoamigos Santa Helena Canal 3, Tele San Marcos y Usme Visión Canal 12, los cuales cuentan con 205, 752, 1440 asociados en el periodo de observación respectivamente. Allí se realizaba una limitada producción audiovisual; solamente en Santa Helena había programa informativo, pero no se producía el contenido con regularidad semanal.

En cuanto a las condiciones en las que se elaboran los contenidos durante el periodo, encontramos que en los canales visitados labora principalmente gente joven, menor de 25 años de edad, mediante contratos a término fijo sin el reconocimiento de prestaciones sociales, ni de vacaciones.

La programación la realizan egresados de escuelas de educación no formal. Solamente en dos de los canales constatamos la elaboración de programas de televisión

informativos, con marcado contraste en cuanto a la producción. El primero de ellos, el canal Asociación Amigos Santa Helena, durante la visita realizada, una misma persona realizaba todas las actividades, como presentadora, camarógrafa y directora de emisión. El otro extremo es Antena La Estrella, en el cual hay un grupo de cinco personas que elabora la programación en condiciones profesionales, como se verá más adelante.

En los dos canales estudiados, los contenidos informativos son obtenidos mayormente a partir de reportes de entidades estatales, como las alcaldías locales, la policía o las oficinas de relaciones públicas de las empresas o industrias del sector.

Un apartado especial merece Antena La Estrella, ya que es el más grande del país en cubrimiento, se basa en reportes de corporaciones públicas y privadas, y también elabora su programación con base en informes de las comunidades del sector, principalmente de asociaciones de juntas de acción comunal. Allí se realiza con frecuencia semanal el programa informativo *Noti TV* y además dispone de una amplia parrilla de programación con 12 horas semanales de contenidos propios, lo cual está corroborado por el reporte oficial de la CNTV acerca de este canal (CNTV, 2012, p. 3).

Las entrevistas con los directores de ambos canales, con los directores de dos programas informativos y una periodista arrojaron una serie de sugerencias basadas en la experiencia cotidiana de haber producido contenidos televisivos bajo la normativa de 2006. Todas ellas, a criterio de los entrevistados, eran útiles para alcanzar los objetivos planteados para el canal comunitario.

En las entrevistas a profundidad, los directores del canal TV Álamos y La Estrella coincidieron en señalar aspectos operativos acerca de lo que consideraban una manera útil para mejorar la autosostenibilidad financiera del canal:

- Requieren más apoyo para afrontar la competencia desleal de la televisión por suscripción, porque, según el director del Canal TV Álamos, ellos venden el servicio de televisión por cable a un costo inferior al del mercado con el fin de captar afiliados que se desvincularían de su canal.
- Acceder a más público mediante un sistema abierto y no solo por cable, con el fin de cumplir el requisito de la ley de autofinanciarse.
- Legalizar el uso de los postes de alumbrado público para tender el cableado del canal, puesto que las alcaldías menores les obstaculizaban el proceso de tender las redes de comunicación del sistema comunitario.
- Transmitir programas encadenando más de un canal comunitario en emisiones regionales. Esto es algo

que la norma no permite, pero que consideran muy útil para ganar un amplio cubrimiento de programas especiales de los canales comunitarios.

Las entrevistas a profundidad al personal de producción de los canales La Estrella y San Marcos enfatizaron la necesidad de:

- Mejorar las condiciones de trabajo en la elaboración de los programas, en especial en cuanto a la logística de transporte para cubrir las fuentes y la remuneración de los trabajadores.
- Incrementar la integración de los canales con las comunidades organizadas para la creación de un canal de contenido cada vez más comunitario.

A continuación, el contexto de la segunda observación en canales comunitarios que está marcado por la modificación de la política del Gobierno Nacional que inicia con la reforma constitucional de 2011 que elimina a la CNTV.

LAS NORMAS DE 2011 BUSCAN QUE LOS SISTEMAS COMUNITARIOS NO HAGAN COMPETENCIA A OTROS SISTEMAS

Durante el periodo de la segunda observación de los canales comunitarios encontramos que las expectativas de los colectivos interesados en el tema estaban centradas en la aplicación de la, para ese entonces, controvertida Resolución 433 de abril de 2013 (ANTV, 2013) que reglamentaba directamente a los comunitarios. Las críticas a esta resolución, así como las solicitudes de su derogación, marcaron un contexto de incertidumbre para los titulares del servicio de televisión comunitaria.

Los principales elementos del contexto de ese periodo fueron los múltiples debates por parte de los operadores de los sistemas de televisión comunitaria, los cuales desde 2013 se opusieron a la nueva reglamentación, aduciendo que estaba diseñada para acabar con estos medios y convertirlos en sistemas de televisión privada.

Oficialmente, participaron en esos debates 92 asociaciones de televisión comunitaria de todo el país que se oponían a esta reglamentación, la cual entró a operar en el mes de noviembre de 2013. Sus principales argumentos fueron estos:

- La disminución de un máximo de 15 000 asociados a 6000 significaría la pérdida de su principal fuente de financiación. Se cuestiona que una motivación explícita consignada en la norma sea la de satisfacer

una exigencia impuesta en un acuerdo comercial ya firmado con Estados Unidos y no en las necesidades de la nación (Rivera, 2013; Fedecoter, 2013).

- La modificación de las condiciones del pago por compensación de la prestación de servicio de televisión comunitaria que, según el gobierno, mejora la capacidad de control y sanción por incumplimiento de las normas, a juicio de algunos comunitarios en realidad incrementa la posibilidad de sancionar drásticamente y suspender licencias de operación (Gómez, 2013; Angarita, 2013).
- La exigencia de constituir una garantía para avalar el cumplimiento de las obligaciones adquiridas por el otorgamiento de la licencia de explotación del servicio de televisión comunitaria es, desde la perspectiva de la ANTV, un requisito necesario para proteger su estabilidad económica, en razón a que la cartera que tiene que cobrar a los titulares del servicio de televisión es muy alta y difícil de recaudar en las condiciones jurídicas actuales (Rivera, 2013). De otro lado, los titulares lo ven como una amenaza a la televisión comunitaria, «pues, es bien sabido que ningún banco en Colombia está en disposición de crear una cuenta a nombre de la “Televisión Comunitaria”» (Gómez, 2013), lo cual implica su ahogo administrativo.
- La exigencia de presentación de autorizaciones de los titulares de los canales de señal abierta que será emitida en los canales comunitarios se presenta, desde la perspectiva de la ANTV, como requisito fundamental para ajustar la reglamentación en materia de derechos de autor sin una garantía real de que la entidad apoye a los comunitarios para cumplir la norma (Rivera, 2013). Los asociados de la televisión comunitaria lo consideran un requisito burocrático muy difícil de cumplir que se convierte en una traba adicional a esta modalidad de televisión (Gómez, 2013). Creen lo siguiente:

será complicado pedir las autorizaciones escritas de los titulares de los derechos y/o de sus representantes para autorizar la emisión [...] muchos de ellos no han accedido a la solicitud ya que podría pensarse que los dueños de las señales al autorizar (su distribución) posteriormente se verían gravados por el uso del espectro electromagnético (Fedecoter, 2013, p. 9).

- Se ve una clara amenaza contra la televisión comunitaria por la incertidumbre en que se ve inmerso todo el sector de la televisión por cuenta de la cantidad de entidades que tienen injerencia en este servicio

público. Después de la reforma constitucional, son tres entidades diferentes, con atribuciones que no están claramente definidas (Fedecoter, 2013).

Todo lo anterior fue debatido ampliamente. Ante la negativa del gobierno a las solicitudes de modificación de la norma, hubo un periodo de incertidumbre en el cual se realizó el segundo estudio de caso.

ESTUDIO DE CASO EN 2014

Un año después de la aplicación de esa normatividad, el autor realizó una nueva etapa del estudio de caso en el Canal La Estrella (Ramírez, 2014), el cual describe las prácticas cotidianas de elaboración de un programa informativo en el canal Antena La Estrella en el contexto de incertidumbre, debido a la modificación en la reglamentación de los canales comunitarios.

El estudio se ocupa de la manera como los periodistas de ese canal comunitario elaboran programas informativos. La unidad de análisis fueron los miembros del canal vinculados con la elaboración de las noticias, incluyendo periodistas y directivos. Se realizaron tres visitas al canal en las que se acompañó a dichos periodistas en todas sus actividades, desde la planeación en el consejo de redacción, la grabación de las notas, la edición y la emisión de un programa informativo. Esto transcurrió durante los días 21, 22 y 26 de mayo de 2014.

Respecto al contexto en el cual se da el debate por la aplicación de la Resolución 433 de la ANTV, el director del canal nos dice, en la entrevista del día 21 de mayo, que era dudosa la posibilidad de continuar con el canal comunitario debido a que «disminuyó a la mitad el número de afiliados y se limitó la cantidad de señales codificadas que podíamos emitir, se aumentó los impuestos y se exige que produzcamos más horas de producción propia en el canal». Estaban considerando la posibilidad de cancelar su licencia como canal comunitario para entrar a operar como un canal privado de televisión y fundar un sistema de televisión privado por suscripción.

En las entrevistas del 22 de mayo, dos reporteros manifestaron su preocupación por la eventualidad de eliminar el canal de televisión en caso de que el sistema de televisión pasara a ser uno de suscripción de carácter privado lo que podría significar la desaparición de su fuente de trabajo.

Asimismo, ellos manifiestan que en la localidad ya se han vendido cuatro sistemas de televisión comunitaria que han pasado a ser sistemas con ánimo de lucro. Uno de los reporteros anota que antes de esas transacciones los compradores prometieron que esos canales comunitarios, así como su planta de personal, iban a permanecer sin

cambios, pero esto no ha ocurrido, lo cual podría ser un indicador de que se han cerrado los canales de producción propia.

En lo relativo a las dinámicas de elaboración del noticiero, durante el día 21 observamos el consejo de redacción, en el que participaron dos periodistas, y los acompañamos a grabar dos entrevistas, una de ellas en la Alcaldía del Tunal y otra en la Casa Cultural del mismo barrio. Según la reportera con mayor experiencia, su objetivo central es «no decirle mentiras a la gente», por tanto, estudia los temas que va a presentar en el informativo para así «saber de lo que se está hablando».

La disposición de los periodistas en el tratamiento de los temas se ilustra con esta referencia al cubrimiento del cerramiento de una vía debido a una obra de mantenimiento:

En esta nota hay algunas cosas que yo desconozco con relación al lenguaje de cuando se están ejecutando obras, entonces yo lo que hago es consultar qué normas están vigentes, para poder adaptar y hablar en algún lenguaje que se entienda, pero que no se salga del contexto de lo que está hablando el ingeniero.

En términos más amplios, sobre objetivo del canal hay dos aspectos relevantes, por una parte, la intención de plantear propuestas constructivas para que la comunidad vea ejemplos de cómo se pueden solucionar problemas. El otro es ofrecer en el canal un espacio de reflexión que potencie una dinámica de acción política en el vecindario. Con respecto a lo primero, un reportero afirma lo siguiente:

[...] trabajamos con un enfoque de mostrar las cosas positivas, las cosas que se están construyendo en la localidad, a diferencia de otros medios que lo hacen... yo prefiero... las notas se pueden enfocar de maneras muy diferentes, pero siempre la intención está en informar y contarle a la comunidad.

El reportero critica el hábito de otros medios de comunicación que llegan al barrio cuando hay problemas como inundaciones o derrumbes, pero que no se interesan por mostrar las soluciones que es capaz de construir la comunidad en las cotidianas condiciones adversas en que vive.

En lo relativo a la dinámica política, un reportero plantea su interés: «quiero que la gente sea un poquito más política, que tenga un criterio y poderles dar cosas que la gente tenga el carácter de pensar y pueda decidir».

En este sentido, considera que el canal puede ayudar a crear «un criterio personal para que la gente pueda tener decisiones propias y juzgar y criticar».

Esas afirmaciones señalan la manera como los reporteros del canal interpretan los objetivos del canal comunitario y los desarrollan a su modo. Ante todo, ellos manifiestan que sus intereses están en consonancia con los objetivos propuestos para los canales comunitarios.

Como ya se había visto en 2012, en el canal se considera fundamental la participación de las juntas de acción comunal. En la nueva observación se encontró que tal participación consistió principalmente en la invitación a la comunidad a velar por el buen uso de los recursos destinados a la creación de obras públicas y a que participe activamente en dichas juntas de acción comunal. La presencia de tales juntas en el noticiero es significativa. Por ejemplo, en la emisión del día 25 de mayo entrevistaron a los presidentes de las juntas de los barrios Tunjuelito, Lucero Alto y La Escala III, que en total contabilizaron aproximadamente el 30 % del tiempo de emisión de ese día.

En la elaboración del noticiero cumple un papel muy importante la divulgación de las actividades de las instituciones de la localidad. En la observación esto se pudo constatar en una nota sobre la alcaldía menor en lo relacionado con la divulgación de las bondades de pactos como el de convivencia entre los vendedores ambulantes y los dueños de negocios formales, con el fin de mejorar las condiciones de seguridad, aseo y organización administrativa del sector. También en el cubrimiento de la exposición que la Alcaldía de Tunjuelito diseñó sobre el tema del agua.

Un aspecto diferente en la elaboración de los contenidos consiste en que hay temas que no se exponen en el canal comunitario, como los problemas de minería, de violencia o de legislación. Durante la observación, por ejemplo, en las entrevistas personales, los miembros del canal manifestaban su preocupación por varios temas como la violencia en el barrio o los debates en torno a las nuevas condiciones establecidas por la normatividad de la televisión comunitaria. Aunque dichos temas fueron debatidos con interés de manera privada, no se abordaron en las notas elaboradas para los noticieros.

A continuación, presentaremos una visión integral de las condiciones sociales que revelan los hallazgos particulares que hemos expuesto hasta ahora. Interpretaremos dichas condiciones con referencia a la normatividad y a las expectativas acerca de los canales.

CONCLUSIONES

En este artículo hemos indagado sobre la relación que hay entre la elaboración de contenidos en los canales comunitarios con la normatividad que los rige y con

las expectativas que tal modalidad mediática suscita. Concretamente llegamos a las siguientes conclusiones estudiando un conjunto de circunstancias particulares de los canales comunitarios en relación con las expectativas que hay acerca de ellos y la normatividad.

1. La evidencia que hemos obtenido muestra que un canal comunitario es un espacio de comunicación dinámico de producción de contenidos aun en condiciones logísticas precarias.

El examen de los canales muestra que las dificultades que afrontan los reporteros influyen en su manera particular de interpretar los objetivos de la organización. En este sentido observamos que ellos interpretan dichos objetivos de manera práctica. Esto con el fin de priorizar la satisfacción de las necesidades más sentidas de la comunidad y el de fomentar que dichos canales sean vistos como espacios de aglutinación y participación social de las vecindades. Por tal razón, privilegian un conjunto de valores básicos como la honestidad, la solidaridad con la comunidad, la participación en organizaciones locales principalmente con las instituciones locales y las juntas de acción comunal.

2. Al observar los canales comunitarios se encuentran que podría mejorar el nivel de calidad del trabajo considerando otros factores además de los aspectos de la profesión y de la gestión de la organización que acertadamente han sugerido Patricia Téllez y Lizandro Angulo (Téllez, 2003; Angulo, 2008). También es necesario considerar los factores logísticos, esto porque en los canales hacen falta recursos —tal como lo constatamos en el Canal Santa Helena, Álamos y San Marcos— de tiempo y de financiación. En otras palabras, los diferentes cargos dentro del canal no requieren solamente capacitación para utilizar mejor el tiempo o los recursos, ellos necesitan ese tiempo y recursos para elaborar propuestas televisivas con una investigación suficiente, un diseño de producción satisfactorio, una promoción eficaz de sus productos, entre otros aspectos.
3. Al hablar de modalidades comunitarias conviene considerar la complejidad con que la comunidad interactúa con ellas. Durante la observación encontramos que al interior de dichas comunidades hay sectores que evalúan de manera distinta aquello que consideran adecuado transmitir en un canal de televisión comunitaria.

Esas interpretaciones en algunas ocasiones contradicen completamente el sentido de los objetivos comunitarios. En el estudio de caso de la elaboración de contenidos en La Estrella vimos que al interior de esa organización las críticas de las comunidades se evalúan bajo criterios diferentes. Identificamos

que tales criterios conducen a su vez a dos tipos de conclusiones prácticas que determinan el enfoque de la programación que en tal canal se realiza.

Esta situación se ilustra a partir del rechazo de la comunidad por la aparición de ciertas personas en la programación del canal La Estrella. Específicamente, nos referimos a que en dicho canal solían aparecer con frecuencia personas de la comunidad ofreciendo testimonios sobre diferentes temas, incluso las presentadoras y los presentadores de los programas eran habitantes de la comunidad.

Ante eso, algunos televidentes del sector expresaron su inconformidad, lo hicieron aduciendo que esas personas no merecían estar en la televisión debido a su presencia física y a su atuendo, ya que no eran «televisivos». Esto fue mencionado por el director del canal en una entrevista a profundidad. Estos televidentes le decían que era necesario presentar modelos profesionales de televisión. Estas personas «a veces eran muy groseras contra el canal y contra las personas que aparecían», según refirió el director.

Los dos patrones diferentes de reacción al interior de la organización ante la situación fueron estos.

Por una parte, el director asume que es necesario minimizar el riesgo de perder televidentes evitando la aparición de algunos miembros de la misma comunidad que son criticados. Esto, además, lo considera un mal útil porque influye en posicionar al canal dentro de un esquema de marca profesional.

Por otra parte, los reporteros consideran que esa es una censura que premia injustamente a una parte mínima de la audiencia que no es significativa, puesto que, según lo manifiesta uno de ellos, «la gente con la que hablamos le gusta ver a otros que son como ellos en el canal». Por tanto, consideran que el canal debe presentar más personas de la comunidad lo cual concuerda con los objetivos de un canal comunitario.

4. Al observar los canales se encontró que si bien la normatividad aprobada hasta el momento es determinante en relación con los problemas prácticos, tales como las condiciones que deben cumplir los titulares del servicio de televisión en cuanto a derechos de autor, en cantidad de afiliados, pagos por derechos de compensación, los incentivos acerca de la elaboración de contenidos propios, entre otros. Fue especialmente significativa la que obligó a los titulares a crear canales de televisión comunitarios y que además los fomentó mediante beneficios tributarios, nos referimos al Acuerdo 009 de 2006, puesto que, gracias al acuerdo, se crearon y fortalecieron los canales comunitarios.

No obstante lo anterior, nuestras observaciones sugieren que la normatividad de los canales comunitarios se vive como un obstáculo y no como una

solución a los problemas que afrontan cotidianamente. Particularmente lo es la normatividad que desarrolla la reforma institucional de la televisión del año 2012.

Consideran los trabajadores de los canales que el gobierno se limita a cobrar impuestos y a exigir el cumplimiento de los requisitos técnicos de funcionamiento del sistema y que los órganos de control de Estado no acompañan a los sistemas de televisión comunitaria en el proceso de consolidación de su propuesta de comunicación.

Esto se ilustra con que, a la fecha de la segunda observación del estudio de caso, solamente uno de los cinco canales comunitarios estudiados contaba con un informe de su gestión. Nos referimos al Canal La Estrella; dicho informe fue elaborado por la CNTV. Este informe oficial solamente considera el cumplimiento de los requisitos básicos de ese canal, sin tener en cuenta sus necesidades o los problemas que afronta para cumplir con los objetivos de la televisión comunitaria.

Además, en los canales comunitarios no hay una presencia visible de la comunidad organizada que, según la norma, es el ente encargado de dirigirlos. Esto impacta en la manera como se realizan las actividades. Porque el sistema de televisión opera como una organización independiente a la comunidad. Consideramos que esta falla se debe a la exigencia de dos condiciones mutuamente incompatibles en este contexto: la de autofinanciación y al mismo tiempo la de operación sin ánimo de lucro.

El escenario en el que operan los canales es desmotivante para los trabajadores en lo relativo a la elaboración de propuestas vinculadas a las comunidades. Una forma de solución de estos aspectos sería elaborar reglamentaciones que atendiesen esta circunstancia permitiéndole a los canales recibir apoyos públicos y así estar en capacidad de exigirles una relación integral con las comunidades organizadas. En la situación actual no hay una base real para el cumplimiento de este requisito en relación con las comunidades organizadas que la norma considera central.

5. Un proceso preocupante es el que conduce a la supresión de temas en estos canales. En esto influyen al menos dos aspectos, por una parte, el temor a

represalias de grupos armados violentos en el sector⁶ y el otro es la falta de esperanza. Con respecto a este último aspecto le preguntamos a uno de los reporteros por qué no denuncia la mala atención de que era objeto su señor padre en el hospital de la localidad, puesto el tema parecía pertinente para ser planteado en el canal, a lo cual respondió: «No, eso no. Nada de lo que se diga aquí cambia absolutamente nada. Eso no sirve».

En lo relativo a la intimidación algunos reporteros reconocen que no pueden hablar claramente de los problemas que agobian a las comunidades porque corren el peligro de matarlos o de ser expulsados del barrio. Un reportero nos decía: «Tengo muy claro que en Ciudad Bolívar no se puede criticar a las empresas que hacen minería». Y con respecto a la posibilidad de abordar un tema concreto reiteró en varias oportunidades: «La palabra autogestión está prohibida, si uno la dice entonces le mandan el papel con la piedra»⁷. Es posible que este factor de intimidación

- 6 El temor de los periodistas se debe a la falta de libertad de expresión en el ambiente acumulado de intimidación en el país, no solamente durante el periodo de observación, el cual se ilustra con la violencia contra los sindicatos, dando lugar al mayor genocidio de sindicalistas del mundo (Valencia y Celis, 2012) y contra actores sociales progresistas (Giraldo, 2010). Las intimidaciones en contra de los periodistas en Colombia en el periodo de observación del estudio de caso forman parte del ambiente mediático general. Algunos ejemplos ilustrativos son las 31 agresiones de la Fuerza Pública en contra de los periodistas en el año 2012, en especial por el cubrimiento de protestas (Fundación para la Libertad de Prensa FLIP (b), 2013, p. 39), así como las presiones jurídicas que se ejercen sobre los comunicadores que según la FLIP se hacen con el ánimo de coartar la libertad en el cubrimiento de temas (Fundación para la Libertad de Prensa FLIP (b), 2013). Un componente significativo lo marcan las amenazas que en el transcurso de 2014 han pesado en Colombia en contra de medios comunitarios y alternativos, algo que es interpretado por la Red de Medios Alternativos y Populares (REMAP) como «el cúmulo de la falta de garantías para la libre expresión y la libertad de prensa en el país, así como el reflejo de la ausencia de resultados del Gobierno colombiano frente a las constantes amenazas que padecen cientos de líderes y procesos sociales» (Remap Red de Medios Alternativos y Populares del Valle del Cauca, 2014). El extremo al que ha llegado la intimidación progresiva a que se refiere REMAP son las persecuciones masivas que han escalado en magnitud y que, en diciembre de 2014, lleva a grupos paramilitares, como el Bloque Capital, a amenazar de muerte directamente «a todos los grupos de comunicación alternativa y popular» (Rojas, 2014), y a que otro grupo delictivo de ultraderecha conocido como las Águilas Negras intimide a los medios consolidados tales como Canal Capital, Telesur y Reporteros sin Fronteras. Con respecto a este último caso, que vincula a los medios comunitarios de la capital, el periodista Luis Mayorga sintetiza las actividades que ha desatado esta persecución afirmando que sus colegas y él simplemente: «hemos procurado hacer un periodismo comunitario que intenta contar la verdad» (Mayorga, 2014). Ninguno de los entrevistados en el estudio de caso en los meses de mayo, junio y julio de 2014 menciona amenazas directas de estos grupos en contra de los canales comunitarios estudiados.
- 7 Se refiere a la práctica de intimidación contra activistas que consiste en lanzar amenazas en papeles envueltos en piedras.

influya en que los periodistas dependan de los reportes oficiales de las corporaciones públicas y privadas que operan en la localidad.

Hay otro tema del que no se habla en los canales comunitarios. En al menos dos ocasiones un reportero mencionó con preocupación que hay rumores de juntas de acción comunal que llaman a la «limpieza para que haga trabajos» y que «a un muchacho que era drogadicto lo agarró la limpieza». Al inquirir por más detalles sobre estas afirmaciones fue evidente que se refería a grupos de asesinos que cometen crímenes en la localidad con el pretexto criminal de depurar los barrios matando a personas consideradas indeseables.

Los reporteros no hacen eco de esas tendencias criminales en el canal debido a que por sus convicciones humanísticas repudian esas prácticas, tampoco las critican públicamente debido a la intimidación y a la desesperanza.

La forma de actuar de los reporteros comunitarios ante esos crímenes es muy diferente de la manera como los abordan los medios de comunicación corporativos en el mismo periodo de tiempo en que se hizo el estudio de caso. Estos últimos abordaron el tema, tal como se deduce de la investigación *Limpieza social una violencia mal nombrada* (Perea, 2016), en la cual se hace eco de la versión de las instituciones oficiales que presentan dichos crímenes como algo cotidiano y de manera acrítica:

Los medios de información desempeñan una función crucial en su circulación pública (de los crímenes), la producen y reproducen desde los años ochenta sin que en ningún caso se ponga de por medio algún contexto crítico sobre las implicaciones de su uso indiscriminado. No hubo una sola noticia que la pusiera en tela de juicio, ni en la prensa ni en la televisión; incluso en aquellas noticias donde aflora un tono de desaprobación y una actitud de denuncia, los acontecimientos se presentan bajo el marbete de «la mal llamada limpieza social», por lo general adoptando la versión de la Policía. (Perea, 2016, p. 75)

Finalmente, pensamos que si se toman en consideración los esquemas de creación de contenidos que hemos identificado en estos canales, se pueden tomar mejores decisiones acerca de estos canales y enriquecer las definiciones y expectativas que hay acerca de ellos, las cuales a veces parecen idealizar aspectos de esta modalidad comunicativa.

Al analizar estas diversas características de los canales comunitarios encontramos que la indagación acerca de los cinco aspectos mencionados arroja evidencia que puede

ser útil para reorientar, valorar y fomentar las necesarias iniciativas de una modalidad televisión que se diseñó para atender las necesidades de las comunidades.

Subrayamos la necesidad de un apoyo público real para que los canales comunitarios puedan realizar las complejas labores que se les demanda sin la amenaza de la quiebra económica, en un contexto que proteja la integridad física de sus trabajadores para que puedan disfrutar de libertad de expresión.

REFERENCIAS

- ACOSTA, R., Nanclares, R., & Aya, C. (2012). Caracterización del sector de la comunicación comunitaria y alternativa de Bogotá D.C. con enfoque económico y de vocaciones productivas., 43. Retrieved from http://www.redcomunicacioncomunitaria.org/documentos/CONVENIOSDE/CARACTERIZACION_SECTOR_COMUNICACION_COMUNITARIA_VERSION_MAYO_4_2012_final.pdf
- ÁLVAREZ, J., De Zubiría, S., Duncan, G., Estrada, J., Giraldo, J., & Giraldo, J. (2015). Contribución al entendimiento del conflicto armado en Colombia. Bogotá. Retrieved from http://alainet.org/images/Version_final_informes_CHCV.pdf
- ANGARITA, L. (2013). ¿Continuará la TV Comunitaria en silencio frente a su extinción? *Al Aire*, 3(13), 10.
- ANGULO, L. (2008). Modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano: Estudio de la televisión comunitaria de Colombia y nueva propuesta de programación y formación de periodistas. Universidad del País Vasco.
- ANTV. (2013). Resolución 433 de 2013 Por la cual se reglamenta parcialmente el servicio de Televisión Comunitaria Cerrada Sin Ánimo de Lucro. Bogotá.
- ÁSCHNER, C., Borrero, C., Cote, N., Gonzáles, C., Carlos, L., Mantilla, J., ... Sierra, M. (2011). *El Derecho de la Televisión* (2nd ed.). Bogotá: Comisión Nacional de Televisión CNTV.
- ÁSCHNER, M. C., Borrero, C. E., Lancheros, J. C., & Mantilla, M. J. (2009). *El Derecho de la Televisión Tomo I*. Bogotá: Comisión Nacional de Televisión CNTV.
- AUTORIDAD Nacional de Televisión ANTV. (2013). Informe Anual de la Televisión. Bogotá. Retrieved from http://www.antv.gov.co/InfoSectorial/130627_Informe_anual_television_2012.pdf
- BANDURA, A. (1996). Teoría social cognitiva de la comunicación de masas. In J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Efectos de los Medios de Comunicación:*

- Investigaciones y Teorías (p. 665). Barcelona: Paidós.
- BARRIGA, C., Parra, A., Patiño, C., & Ramírez, R. (2007). Nuevos desafíos de la televisión comunitaria. Bogotá: Comisión Nacional de Televisión CNTV.
- BRUNE, F. (2004, September). Del niño-rey al niño-víctima. *Le Monde Diplomatique*, 34.
- CHOMSKY, N. (1989). *Necessary Illusions: Thought Control in Democratic Societies*. Books.google.com, viii, 422. <http://doi.org/EBKCHOMS>
- CHOMSKY, N., & Herman, E. (2009). *Los Guardianes de la Libertad* (6a ed.). Barcelona: Crítica.
- CNTV. (2010). Plan de Desarrollo de la televisión 2010-2013. Bogotá.
- CNTV. (2012). Auditoría Asociación Antena La Estrella. Bogotá.
- DE Memoria. (2012). Informe Especial 1er Simposio Distrital sobre Memoria y Medios Comunitarios y Alternativos. De Memoria Revista Del Archivo de Bogotá, 30.
- DE Moraes, D. (2011). *La Cruzada de los Medios en América Latina* (1a ed.). Buenos Aires: Paidós.
- DIETZ, P. C. (2000). Colombia : La Televisión local y comunitaria. Retrieved from http://www.cameco.org/mediaforum_pdf/mf01002.pdf
- DIOSA, N., Medina, J., Ramírez, M., & Zuleta, M. (2008). Identidad Mediática y Autodeterminación Comunitaria. Retrieved September 9, 2011, from <http://www.utp.edu.co/educacion/raton/antes/Miraton8/articulos/identidad.pdf>
- DURFUR, D. R. (2008, February). Vivir en el rebaño creyéndose libres. *Le Monde Diplomatique*, 33.
- EL Tiempo. (1991, July 5). Ha renacido la esperanza: Presidente Gaviria. *El Tiempo*. Bogotá. Retrieved from [file:///C:/Users/user/Documents/Mendeley Desktop/Unknown/Unknown/HA RENACIDO LA ESPERANZA _ PRESIDENTE GAVIRIA - Archivo Digital de Noticias de Colombia y el Mundo desde 1.990 - eltiempo.com.html](file:///C:/Users/user/Documents/Mendeley%20Desktop/Unknown/Unknown/HA%20RENACIDO%20LA%20ESPERANZA%20PRESIDENTE%20GAVIRIA%20-%20Archivo%20Digital%20de%20Noticias%20de%20Colombia%20y%20el%20Mundo%20desde%201.990%20-%20eltiempo.com.html)
- FEDECOTER. (2013). Diego Molano no ha sido amigo de la TV Comunitaria. *Al Aire*, 3(13), 8-9.
- FUNDACIÓN para la Libertad de Prensa FLIP (b). (2013). De las balas a los expedientes: Informe sobre la libertad de prensa en Colombia, 2012. Bogotá.
- GILLIAN, S. (2000). *Media Violence and Education: A Study of Youth Audiences and the Horror Genre*. University of London. Retrieved from http://eprints.ioe.ac.uk/20370/2/BRAGG,S.G._Redacted.pdf
- GIRALDO, J. (2010). Fusil o Toga, Toga y Fusil: El estado contra la comunidad de paz de San José de Apartadó (1a ed.). Bogotá: Editorial Códice.
- GÓMEZ, Á. (2013). Se esforzaron poco. *Al Aire*, 2(13), 6.
- HASEBRINK, U. (2011). Giving the Audience a Voice: The Role of Research in Making Media Regulation More Responsive to the Needs of the Audience. *Journal of Information Policy*, 1, 321-336.
- MASMOUDI, M. (1978). The new world information order. Retrieved from <http://unesdoc.unesco.org/images/0003/000340/034010EB.pdf>
- MAYORGA, L. (2014). Canal Capital. Retrieved December 1, 2014, from <https://es-la.facebook.com/CanalCapitalOficial/posts/706285102800005>
- NAPOLI, P. M. (2007). *Public Interest Media Activism and Advocacy as a Social Movement : A Review of the Literature*. Fordham. Retrieved from http://fordham.bepress.com/cgi/viewcontent.cgi?article=1017&context=mcgannon_working_papers
- PEREA, C. M. (2016). Limpieza Social: Una violencia mal nombrada. Bogotá. Retrieved from <http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/descargas/informes2016/limpieza-social/limpieza-social.pdf>
- PETERSON, C. (2003). The People of Eight Season: Sámi and Their Changing Culture. *Scandinavian Studies*, 75(2), 293-300.
- PICKARD, V. (2015). Media Activism from Above and Below: Lessons from the 1940s American Reform Movement. *Journal of Information Policy*, 5, 109-128.
- PRODANCIUC, R. (2012). Social Institutions. In *Annals of Economics of the University of Petroșani* (Vol. 12, pp. 236-243).
- QUINTANA, O. M. (2013). A dos décadas de la Constitución Política de 1991. *Araucaria. Revista Iberoamericana de Filosofía, Política Y Humanidades*, 15(29), 99-116.
- QUIROZ, S. (2002). Consideraciones sobre el servicio público de televisión. Bogotá.
- RAMÍREZ, J. R. (2014). Estudio de la Exclusión de Personas y Temas en Canales de Televisión Comunitaria. Bogotá.
- REMAP Red de Medios Alternativos y Populares del Valle del Cauca. (2014). Paramilitares amenazan a 16 periodistas y 13 medios alternativos REMAP. Retrieved July 14, 2016, from <http://remapvalle.blogspot.com/2014/12/paramilitares-amenazan-16-periodistas-y.html>
- RIVERA, F. (2013). La Ley no aplica para los menos favorecidos. *Al Aire*, 3(13), 12.
- RODRÍGUEZ, E., Barón, L. F., & Tenorio, J. (1998). *Matices Audiovisuales. Del blanco, el gris y el negro a las pantallas multicolores*. Bogotá: CINEP, Fundación HablaScribe.
- RODRÍGUEZ, O. (2012). Es Necesario Democratizar el Espectro Electromagnético. In *De Memoria Revista del Archivo de Bogotá* (Vol. 2, pp. 32-35). Bogotá.
- ROJAS, A. (2014). Águilas Negras declaran objetivo militar a los integrantes de la Revista El Salmón Las2Orillas. Retrieved July 14, 2016, from <http://www.las2orillas.co/aguilas-negras-declaran-objetivo-militar-los->

integrantes-de-la-revista-el-salmon/

- SÁNCHEZ, G. (2012). Justicia y Paz: Tierras y territorios en las versiones de los paramilitares. Bogotá. Retrieved from http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/descargas/informes2012/justicia_tierras.pdf
- SILVA, J. F. (2012). Evolución y Origen del Concepto de “Estado Social” Incorporado En La Constitución Política Colombiana de 1991. *Revista Ratio Juris* No. 7(14), 141-158.
- TÉLLEZ, M. (2003). *La Televisión Comunitaria en Colombia: entre la realidad y la utopía*. Bogotá.
- UPRIMNY, R., & Sánchez, L. M. (2013). Constitución de 1991, justicia constitucional y cambio democrático: un balance dos décadas después. *Cahiers Des Amériques Latines*, 71. Retrieved from <https://cal.revues.org/2663>
- VALCKE, P. (2011). Looking For the User in Media Pluralism Regulation: Unraveling the Traditional Diversity Chain and Recent Trends of User Empowerment in European Media Regulation. *Journal of Information Policy*, 1, 287-320.
- VALENCIA, L., & Celis, J. C. (2012). *Sindicalismo Asesinado: Reveladora investigación sobre la guerra contra los sindicalistas colombianos*. (Debate, Ed.). Bogotá.
- VELASCO, Á. (2012). Hilando experiencias para la gestión del archivo del audiovisual comunitario en Colombia. *De Memoria Revista Del Archivo de Bogotá*, 49-52.
- VIZCAÍNO, M. (1994). *Historia de una Travesía*. Bogotá: Instituto Nacional de Radio y Televisión INRAVISION.
- WILSON, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., & Cheung, C.-K. (2011). *Alfabetización mediática e informacional: Curriculum para Profesores*. Unesco. Paris. Retrieved from <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002160/216099S.pdf>
- WONGRUJIRA, M. (2008). *Democratizing Communication: Media Activism and Broadcasting Reform in Thailand*. Florida State Universty. Retrieved from <http://diginole.lib.fsu.edu/islandora/object/fsu:169013/datastream/PDF/view>
- YIN, R. (2009). *Case Study* (4a ed.). Los Angeles: Sage.
- YIN, R. (2011). *Qualitative Research from Start to Finish*. New York: The Guilford Press.
- YIN, R. (2012). *Applications of Case Study Research* (3a ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.

ES **Diseño para la visibilización de las manifestaciones del patrimonio cultural de Cali**

EN **Design for visualizing expressions of Cali's cultural patrimony**

ITA **Design per rendere visibili le manifestazioni del patrimonio culturale di Cali.**

FRA **Design pour la visualisation des manifestations du patrimoine culturel de Cali**

POR **Design para visibilizar as manifestações do patrimônio cultural de Cali.**

Félix Cardona Olaya

Diseño para la visibilización de las manifestaciones del patrimonio cultural de Cali

FÉLIX CARDONA OLAYA

Investigador del grupo Anudamientos de la Universidad Antonio José Camacho, Santiago de Cali.
E-mail: facardona@admon.uniajc.edu.co



ABSTRACT (ENG)

The purpose of the following short article is to establish the design requirements for a framework allowing the projection of interactive systems, where information and interaction are variables leading to making socially visible some assets pertaining to their cultural patrimony for the inhabitants of a given territory. This phenomenon involves the definition, or at least the discussion, of new and better ways of projecting design, by using information and communication technologies to achieve the community's participation, by reference to the transversal dimensions that frame the context's sensitivities. This should all be done through formative research projects involving seedbed research within institutional processes.

KEYWORDS: *Rhetoric, social innovation, cultural patrimony, interaction.*

RESUMEN (ESP)

El siguiente artículo corto tiene la intención de sentar los requerimientos de diseño para crear un marco que permita la proyección de sistemas interactivos donde la información y la interacción sean variables que llevan a la visibilización social de los bienes del patrimonio cultural por habitantes de un territorio. Este fenómeno implica la definición, o al menos poner en discusión nuevas y mejores formas de proyectar el diseño, al utilizar tecnologías de la información y la comunicación para lograr la participación comunitaria, en referencia a las dimensiones transversales que enmarcan las sensibilidades de contexto. Todo mediante proyectos de investigación formativa que implican la figura de semillero de investigación dentro de procesos institucionales.

PALABRAS CLAVE: *Retórica, innovación social, patrimonio cultural, interacción.*

RIASSUNTI (ITA)

La relazione fissa i requisiti di design per creare una tale cornice che renda possibile la proiezione di sistemi interattivi, in cui l'informazione e l'interazione sono delle variabili che portano alla visione dei beni del patrimonio culturale dalle persone di un territorio specifico. Ciò implica la definizione, oppure al meno mettere in discussione delle forme nuove e migliori per la proiezione di design, il modo di utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione per migliorare la partecipazione comunitaria avendo conto delle dimensioni trasversali che emergono dai contesti specifici. Si tiene conto della presenza e necessità dei seminari di ricerca nei processi istituzionali.

PAROLE CHIAVE: *Retorica, innovazione sociale, patrimonio culturale e interazione*

RÉSUMÉ (FRA)

Dans ce bref article l'intention est d'établir les conditions de design pour créer un cadre permettant la projection de systèmes interactifs où l'information et l'interaction soient des variables qui conduisent à la visibilisation sociale des biens du patrimoine culturel par les habitants d'un territoire. Ce phénomène implique de définir - ou au moins de discuter - de nouvelles et meilleures façons de projeter le design en recourant aux techniques de l'information et de la communication pour obtenir la participation communautaire, en ce qui concerne les dimensions transversales qui encadrent la sensibilité au contexte. Cela au moyen de projets de recherche formative qui impliquent la figure de la "pépinière de chercheurs" dans les processus institutionnels. Résumé (FRa)

MOTS-CLÉS: *Rhétorique, innovation sociale, patrimoine culturel, interaction*

RESUMO (POR)

Este breve artigo visa estabelecer os requisitos de design para criar um quadro que permita projetar sistemas interativos nos que a informação e a interação sejam as variáveis que permitam aos habitantes de um território visibilizar socialmente os bens do patrimônio cultural. Esse fenômeno implica definir, ou pelo menos discutir formas de projeção do design novas e aprimoradas, usando tecnologias das informações e a comunicação para promover a participação comunitária, no que diz respeito das dimensões transversais que enquadram as sensibilidades de contexto. Todo isso mediante projetos de pesquisa formativa que incluem a figura de núcleos de pesquisa dentro de processos institucionais.

PALAVRAS-CHAVE: *Retórica, inovação social, patrimônio cultural, interação.*

En el contexto actual somos testigos y actores de transformaciones en los modos de producción del conocimiento,

en todos los campos del saber dentro de las sociedades que nos cobijan como individuos con facetas políticas, sociales, creativas y trascendentales, las cuales componen la cosmovisión cultural heredada y aceptada, y la tecnología creada y adaptada. Se configura así un mundo que cambia velozmente sus soportes del saber, ya no hay paradigmas absolutos y las tecnologías tradicionales se ven rebasadas por nuevos dispositivos o la utilización renovada y reimaginada de sí mismas.

En este sentido, se hace urgente reflexionar sobre el papel que juegan los campos del conocimiento en disciplinas con un enfoque creativo como el diseño. Cuyo objeto de estudio lo constituyen los artefactos, entendidos como sistemas que han sido pensados para ser usados en procura de mejorar una situación frente a un contexto específico y en su uso se convierten en productos gracias a una tecnología existente (Manzini, 1992). Algunos de estos artefactos en su uso adquieren la categoría de patrimonio cultural¹ gracias a los procesos relacionados con su identificación, valoración y procesos de institucionalización, ya que encarnan prácticas sociales donde se observa la forma en que la cultura se pone en práctica.

Los artefactos se configuran como registros de las formas de mantener viva la memoria colectiva de las sociedades, de traer su pasado al presente y de proyectar su futuro, consolidando las tradiciones que permiten a

las personas participar en los ritos y valores que reflejan de manera genuina su memoria popular y su identidad cultural (García, 1999). Brindan diferenciación social y distinción simbólica mediante sistemas de integración y proyección de valores, al lograr objetivación de deseos y proporcionar sentido existencial.

Esta circunstancia permite una resignificación continua con respecto a la comunidad que representan. El conocimiento de esta cuestión deriva hacia la creación de inagotables mejoras de las formas de hacer, pensar y actuar en el diseño de estos artefactos. Ya que, al constituirse como elementos de la cultura, más allá de su uso, son significantes de los modos de vida y relación de su comunidad dentro de un contexto.

Por tanto, deben ser creados dentro de procesos de diseño abiertos y sincronizados, mas no por eso armónicos, donde la información, comunicación e interacción son variables que crean, redefinen y conforman los valores sociales contextuales que han de representar, como patrimonio cultural.

En esta visión, el diseño presenta un enfoque filosófico que tiene en cuenta el ambiente, la cultura, los procesos de producción, los materiales, su uso y los aspectos sociales que conllevan. Un catalizador y orientador de las propuestas colectivas de la gente para hacer un mundo mejor, más sostenible. Las personas diseñan o rediseñan su vecindario, su negocio, su manera de asociarse, su manera de vivir (Manzini, 2009).

El papel del diseñador se amplía y se hace complejo, pues plantea escenarios para la vida cotidiana, así como nuevas ideas de bienestar. Los diseñadores se convierten en facilitadores de transformaciones que permiten modelos de desarrollo escalables y replicables que proporcionan ideas del cómo, para qué y por qué los recursos culturales de una comunidad pueden ser factores de «innovación social como impulsores de innovación tecnológica y de la producción, a través del prisma de la sostenibilidad» (Manzini y Jégou, 2009, p. 75).

En este sentido Ezio Manzini (2015) distingue el *diseño difuso* —que son aquellos procesos creativos proyectuales realizados por todas las personas— del *diseño experto*,

¹ En Colombia el Patrimonio cultural se reconoce por la Ley General de Cultura 397 de 1997 en su art. 4, el cual dice que el Patrimonio Cultural de la Nación está constituido por todos los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la tradición, las costumbres y hábitos, así como el conjunto de los bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles, que posean un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, científico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico, antropológico y las manifestaciones, los productos y las representaciones de la cultura popular.

que es aquel proceso creativo proyectual realizado por aquellos que han sido formados como diseñadores. Estas dos dimensiones del diseño deben interactuar para desencadenar y apoyar cambios sociales significativos, centrándose en las nuevas formas de colaboración que exalten los valores culturales, históricos, geográficos y artísticos no institucionales, sino los generados por la población misma, en un abierto proceso de diseño colaborativo, cuyos alcances han de proponer nuevas soluciones y nuevos significados de lo diseñado, lo cual implica un lenguaje comprensible, traducible y medible, cuyos flujos de información toman como base funcional operativa las herramientas que ofrecen las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Estas tecnologías facilitan la creación, distribución y manipulación de la información con un rol preponderante en las actividades sociales, culturales y económicas, en las que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir información y producir conocimiento. Lo que debe propender a la mejora de tecnologías existentes o al desarrollo de nuevas formas de uso para el desarrollo de artefactos, algunos de los cuales puede llegar a adquirir la categorización como patrimonio cultural.

De allí que se debe integrar, por un lado, bases de datos multimedia y la definición de métodos de navegación a través de representaciones especializadas que vinculen los intereses culturales con los individuales y, por otro, la dimensión ética del diseño que se proyecta y que ha de representar la cultura de una comunidad específica, al otorgar identidad mediante diversas connotaciones de los contextos tecnológicos, culturales y comerciales.

Lo que conlleva una relación comunicativa en el plano social donde se deben establecer interfaces que permitan un diálogo en términos de la distancia, el tiempo y los datos con el uso de las tecnologías de la información y comunicación dentro de una cultura² para alcanzar un modelo de desarrollo equilibrado en todos los componentes que avalan los artefactos catalogados como patrimonio cultural.

Al respecto, la Unesco contribuye a profundizar en el tema con la puesta en marcha de su política de protección de bienes culturales y luego con el desarrollo del concepto de *patrimonio mundial*³, el cual inicia un proceso de desarrollo epistemológico a partir de proyectos y eventos organizados por la Unesco junto con el Banco Mundial a

mediados de la década del 70. Se hizo un análisis costo-beneficio sobre el paradigma de desarrollo al maximizar la plusvalía económica sobre otros factores de desarrollo como los socioculturales a nivel internacional.

Entre las conclusiones de este proceso se destacan aquellas donde se afirma que el turismo como sector económico emergente puede comercializar las relaciones humanas y puede establecer relaciones comerciales que se sustituyen al intercambio intercultural (Kadt, 1991). En este mismo sentido y en concordancia con los nuevos paradigmas de desarrollo que surgieron en la década del 80, el concepto de *patrimonio cultural* amplía su espectro de análisis y definición, que no se constriñe solo a fenómenos económicos, sino que contempla otras facetas de la humanidad.

Este fenómeno permitió cambiar un enfoque puramente estético y monumental, a otro que se corresponde más con la noción de *diversidad cultural* y la variedad de expresiones culturales y naturales, al punto que, a comienzos de la década del 90, se introduce la noción de *paisaje cultural* (Vacheron, 2015) dentro de lo que puede llegar a ser catalogado como *patrimonio cultural*.

Bajo esta perspectiva, la lógica del diseño juega un papel fundamental puesto que define los parámetros de creación y uso de la cultura material que subyace a todos los elementos que conforman el patrimonio cultural. Lo anterior implica poner en discusión nuevas y mejores formas de diseñar en referencia a las dimensiones transversales que enmarcan las sensibilidades de un contexto específico.

De manera que, el uso de recursos culturales y territoriales dentro de este sector económico —el turismo— eviten que expresiones únicas de la cultura de una comunidad sean manipuladas desde una visión meramente mercantil, sin dar la oportunidad de contribuir en la construcción de su realidad y proyectar su desarrollo.

El patrimonio cultural entonces es un fenómeno sociocultural que puede ser afectado o afectar modelos de desarrollo humano debido a la necesidad de conciliar los imperativos de su conservación con las inquietudes acerca de los efectos perniciosos del turismo, como sector de la economía, lo cual establece una relación entre patrimonio, turismo y desarrollo que ha de ser diseñado a favor de un turismo sostenible que preserve el futuro del patrimonio,

2 Debe comprenderse este término como lo señala Umberto Eco (1999), quien considera a la cultura como un fenómeno esencialmente comunicativo y, por tanto, permite definir como signos todo aquello que la conforma, lo que establece una tipologización de los objetos de uso debido a la presencia de un código que permite identificar una función denotada, primaria, y una función secundaria, connotada.

3 Su noción surgió de las grandes movilizaciones y campañas de salvaguardia de los templos egipcios amenazados por la construcción del embalse de Asuán o las inundaciones catastróficas que amenazaron a la provincia de Venecia (Vacheron, 2015).

pero también el futuro de un turismo concebido como un apoyo potencial a los esfuerzos de protección y a la economía local⁴.

Esta relación de factores se convierte en un punto de interés para lo que el diseño desde su perspectiva social propone (Manzini, 2015). Por tal motivo, la propuesta de Richard Buchanan se hace muy interesante para dar parámetros de diseño de los artefactos que son susceptibles de convertirse como patrimonio cultural, puesto que su diseño debe ser contemplado desde lo que la retórica contemporánea define para sí: ser un acto mediante el cual se persuade a un público acerca de alguna «creencia sobre el pasado (como en la retórica legal), el presente (como en la retórica ceremonial), o el futuro (como en la retórica política o deliberativa)» (Buchanan, 2012, p. 2).

La *retórica* es el arte de moldear la sociedad para cambiar el curso de las comunidades y establecer patrones para nuevas acciones, un objetivo que el diseño contempla como disciplina en su más esencial acepción. Para lograrlo, en sus procesos siempre ha integrado a la tecnología existente, tal y como ocurre en la actualidad, especialmente con las denominadas *tecnologías de la información y la comunicación*.

Se contempla acá una relación entre el codiseño y sus productos: artefactos a través de los cuales se crean argumentos para, de una u otra forma, encontrar posibilidades de solución a problemas prácticos específicos y la tecnología, en este caso las TIC. Esta relación permite lo siguiente:

[que todos] los humanos participen de la retórica porque todos intentan persuadir a los otros sobre una variedad de ideas y creencias. Más aún, algunos lo hacen al azar y por casualidad, mientras que otros lo hacen con la familiaridad y el tipo de hábito producto de la experiencia. (Buchanan, 2012, p. 3)

Sin embargo, debido a que rara vez existe una solución única al problema dentro de los contextos humanos, nunca podrá existir «la solución», solo persuasiones dentro de un contexto dado. Al respecto Buchanan aclara que:

[...] las soluciones son solamente probables y pueden siempre ser cambiadas o ubicarse en oposición a otras. En este sentido, la tecnología es parte del amplio arte del diseño, un arte de pensamiento y comunicación que puede inducir a otros en un amplio rango de creencias sobre la vida práctica para el individuo y para grupos. Esta idea puede ser difícil de aceptar,

especialmente para los tecnólogos que ven su práctica, quizá en parte por razones de estatus social, como una ciencia. Pero el puente de intercambio que existe entre la ciencia y la tecnología no es muy diferente del puente que ha existido entre la retórica tradicional y el campo de la ética y la política. Los retóricos son expertos en persuasión, no en filosofía ética o política, a pesar de que la persuasión eficaz puede nutrirse del conocimiento de esas áreas. (2012, p. 4)

De allí que, para el diseño y los diseñadores, la tecnología establece formas de persuasión ya que, como en la retórica, proporciona solamente argumentos sobre la vida práctica bajo diferentes perspectivas, «mediante la persuasión de los objetos y, por lo tanto, el diseño involucra la expresión vívida de ideas que compiten en la vida social» (Buchanan, 2012, p. 5). Los productos son persuasivos por se debido a que enfrentar necesidades reales supone crear proyectual y pertinentemente objetos falseables, realistas, flexibles, abiertos y críticos que implementan diferentes tecnologías. Al respecto, Medardo Chiaponi señala que el diseño como campo del conocimiento, responsable en gran medida de la cultura material, debe tener en cuenta que:

[...] se están produciendo notables novedades no solo en el modo de proyectar y realizar los productos, sino también en los productos mismos y, por lo tanto, sobre sus aspectos comunicativos. En la práctica, estas innovaciones tienen lugar en dos niveles diferentes, ambos importantes para el diseño; por una parte el de la comunicación del producto en su totalidad, su aspecto, identidad, reconocibilidad y, por la otra, el de la estructuración detallada de las interfaces comunicativas. (1999, p. 182)

Por ende, los proyectos de diseño deben encaminarse a dar solución a problemas que van más allá de la materialidad, deben asumir la responsabilidad de la identidad social y la sostenibilidad de la cultura, para ello debe trasladar su lógica creativa proyectual retórica como estrategia para lograr visibilización social de uno de los productos materiales e inmateriales más sensibles hoy en día, respecto a las relaciones glocales que se viven: El patrimonio cultural.

Definición de artefactos y significados sociales de una comunidad en contexto, cuya producción y proyección se convierten en estrategia para lograr visibilización social que se sustenta en un diálogo entre contenido y formas de expresión. Esto supone la proyección de experiencias temporales y espaciales de manera intuitiva con diferentes tipos de interacción e interpretación. En este sentido, Abraham Moles (Chiapponi, 1999, p. 24) afirma que el

4 Desde 1963, en la Conferencia Mundial del Turismo de Roma, se reconoce el papel fundamental que desempeña el turismo en las economías nacionales, considerado como una gran oportunidad para los países subdesarrollados dentro de las convenciones hechas por la Unesco y sus organismos adjuntos.

mundo en sus manifestaciones inmateriales existe «solo porque una pesada base material lo soporta y lo hace posible».

Entonces los artefactos que son categorizados como patrimonio cultural deben ser analizados desde una lógica de diseño que alcance más significado que el estricto de la representación, al influenciar en la actitud de quien se apropia de su materialidad e intangibilidad. En este acto se singularizan varios procesos a partir de una determinada idea o concepto de intención en el objeto o el servicio, donde existen tanto asociaciones eidéticas como indagaciones sobre algún modelo inductivo anteriormente conocido, imaginado o proveniente de un vestigio cultural (Horta, 2012).

Una lógica de diseño que ha de comprenderse, como señala Aurelio Horta (2012), como un circuito entre dos polos. Uno dado por un pensamiento no lineal que contempla la relación entre las asociaciones eidéticas, los modelos inductivos y los vestigios culturales dentro de la experiencia y el conocimiento que el diseñador posee o construye, lo que da lugar al concepto o idea del acto de diseño, su razón genésica.

Y un segundo polo, en donde toda ideación entra a ser parte de un acto de objetivación de la dimensión cultural, la estructura social, la ideología y la ecología del contexto que se pretende trascender y sobre el cual ejercerá influencia lo ideado, alcanzando un sentido denotativo como ente de cambio que permite que el acto de diseño se produzca, llegue a ser un artefacto o un servicio (ficción) su razón especulativa.

De manera que se logre una interrelación entre las manifestaciones de patrimonio cultural con las potencialidades de las tecnologías, en el actual contexto con las TIC, de manera cercana, entendible, enseñable y constructiva mediante diferentes plataformas con contenidos procedentes de canales interactivos de Internet –blogs, microblogs, redes sociales, comunidades *on line* y otros entornos virtuales–, donde se configuren, en términos de experiencia, herramientas para la interacción a través de diferentes tipos de dispositivos, en una negociación lenta y flexible, donde los usuarios adquieran poder para tomar decisiones debido a que no proponen, ni han de usar una plataforma única, si no la que mejor se adapte a cada caso, para lograr así diseño de persuasiones de sustratos materiales que permitan conocer, valorar y apropiarse sustratos inmateriales.

Mediante la configuración de superficies que permitan la interacción entre la comunidad y las diferentes posibles manifestaciones del patrimonio cultural actualmente reconocidas. Lo que permite la proyección de productos y servicios que satisfagan tanto nuevas exigencias como las acostumbradas, dentro un contexto social con una connotación tal que las comunidades denoten su contexto (Jolier, 2012), al «modificar profundamente tipologías de

productos de la cultura material ya establecidas desde mucho tiempo, dando vida a tipologías de productos completamente nuevas» (Chiapponi, 1999, p. 21).

Con lo cual, los dos polos de la lógica del diseño se retroalimentan en un constante fluir que solo se rompe a través de un acto de diseño, el logro de una persuasión que configura una forma y su materialidad. La ideación, de este modo, adquiere un carácter de proyección que permite la producción de un artefacto con funciones que se establecen entre las dimensiones de lo análogo y lo digital (Acher, 1999).

En otros términos, un producto y servicio, en su inmaterialidad y materialidad, describe y representa la trama de redes en evolución, donde los diseñadores crean artefactos que evolucionarán y generarán otros conocimientos, mediante proyectos de diseño escalables y replicables puesto que, como bien señalan Manzini y Jegou (2009), son los diseñadores, los detectores de señales prometedoras, en medio de un contexto cuya innovación social está desaprovechada, por lo cual pueden dar un direccionamiento para crear servicios y productos surgidos del capital social y el patrimonio cultural de la comunidad misma, para configurar construcciones sociales en permanente reformulación, con un valor de cambio producto de nuevos hábitos de consumo donde el patrimonio cultural se valida al ser instrumento de desarrollo socioeconómico y de identificación capaz de generar riqueza. En este sentido, se deben comprender las manifestaciones del patrimonio cultural como marcadores étnicos y medios de transformación económica que fluctúan entre la preeminencia de los valores de uso, la identificación de la memoria colectiva y la prevalencia de los valores sociales de la comunidad que los crea, proyecta y solventa.

Por ello, se debe lograr que la comercialización turística del patrimonio cultural a través de participación social de las comunidades recupere la memoria colectiva y la conciencia de pertenencia a una cultura, con lo cual se incrementa la autoestima como sociedad. La Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de la Unesco (1997) indica que el patrimonio cultural no debe convertirse en una simple mercancía al servicio del turismo, sino que debe establecerse una relación de apoyo mutuo en donde lo «importante, en cualquier caso, no debiera centrarse tanto en rescatar el patrimonio supuestamente auténtico, como en el culturalmente representativo» (Arévalo, 2011, p. 16). Lo anterior con el fin de que las comunidades asocien su patrimonio cultural a la creación de industrias culturales que amplíen ámbitos de lo social y lo económico en el sector del turismo.

El propósito es que se configuren modelos de desarrollo basados en valores sociales, testimonios del pasado y creaciones del presente, al diversificar las fuentes de ingresos que eviten una transformación de un contexto

vivencial identitario y cotidiano en una escenografía para un consumo, dentro de sistemas que poco o nada pueden aportar a una verdadera sostenibilidad del territorio, en donde se puedan observar las formas en las que la cultura se ha puesto y se pone en práctica (García, 1999).

Esta condición se convierte en una persuasión del patrimonio cultural cuyo flujo de información permite percibir con claridad la particularidad cualitativa que define la experiencia humana de la comunidad sobre sí misma, con una interacción que, por un lado, expone aspectos del pasado que han hecho lo que es hoy y, por el otro, permita la creación dinámicas de visibilización social con el fin de conseguir un desarrollo económico y cultural.

Por tanto, siguiendo el precepto de que las tecnologías son un fenómeno presente en la vida cotidiana hoy en día, las TIC deben ser pensadas en términos de mediación que persuade, a través del diseño, a los posibles usuarios del entorno social del patrimonio cultural, mediante superficies de comunicación compuestas por planos que se superponen y contraponen dentro de un proceso inmersivo donde la imagen es la ventana que permite navegar al interior de sí misma (Jolier, 2012).

Este hecho conlleva una serie de exigencias de diseño que no se pueden separar de las comunidades que los crean, utilizan y transforman. Especialmente si se acoge el principio que formula que la «tecnología es una práctica social» (Bonsiepe, 1998) que permite diseñar modelos de desarrollo en el que todas las comunidades pueden crear, consultar, utilizar y compartir información y conocimiento de sí mismos y de su contexto.

Por esto el diseño, como la retórica contemporánea, se configura como la estrategia que ha de permitir la visibilización social del patrimonio cultural dentro de un contexto mundial que tiende hacia lo fluido y cuya mejor representación es su carácter multimedial, como experiencia, mediante soportes materiales y operacionales dentro de procesos comunicativos, los cuales permiten una representación de la realidad material adoptando símbolos y lenguajes ya establecidos y los traslada a una pantalla.

En otras palabras, se puede diseñar el patrimonio cultural mediante el uso de TIC que, como indica Buchanan, «tratan con mundos posibles y con opiniones sobre lo que deben ser las partes y el todo del medio ambiente humano» (Horta, 2012, p. 33), donde la idea del diseño es una práctica enculturada que supone una de las varias concepciones de la cultura como acción y es quizá la que mejor refleja la aspiración a una mayor complejidad de sus resultados y a la interdisciplinariedad de su práctica.

De manera que, a partir de esta reflexión, como indica Maier-Aicher, se invita a los diseñadores a que «no deben limitarse a crear productos, gráficos o interiores atractivos, sino que además deben encontrar formas novedosas de comunicación, materializando y

desmaterializando los objetos» (Jolier, 2012, p. 246) que permitan visibilización social del patrimonio cultural para lo siguiente:

- Cambiar los esquemas de conocimiento, acorde con las exigencias de nuevas situaciones y variados contextos.
- Permitir una experiencia interna de construcción interactiva entre el sujeto y su memoria.
- Desarrollar procesos, a la vez individuales y sociales, determinados por diversas condicionantes sociales, históricas y culturales.
- Procesar gradualmente los cambios cualitativos y de consolidación de saberes anteriores que se resignifican para alcanzar niveles colectivos de mayor complejidad. Estos procesos suponen el aprendizaje con y por la interacción con otros.
- Configurar redes como la estructura de interacción.
- Permitir acceso a la información de personas aisladas geográficamente.
- Posibilitar la personalización del contenido para atender a distintas capacidades, conocimientos e intereses.
- Actualizar constantemente los contenidos (Vidal, 2010).

Por todo lo anterior, desde el año 2014, dentro de la línea de investigación *Diseño, cultura y sociedad* del grupo de investigación EIDON (Colciencias D), adscrito a la Fundación Academia de Dibujo Profesional, y la línea *Imagen, Cultura y Territorio* del grupo de investigación *Anudamientos* (Colciencias D) de la IES Antonio José Camacho, se han trabajado proyectos de investigación y de investigación formativa mediante la figura de semilleros.

Estos proyectos se enmarcan en una práctica efectiva del diseño en donde se implica la comunidad con «actividades centradas en los procesos, y no en los objetos» (Jolier, 2012, p. 248), mediante los proyectos falseables, realistas, flexibles, abiertos y críticos donde la información, comunicación e interacción permiten visibilizar el patrimonio cultural de la ciudad de Cali en muchas de sus manifestaciones que integran las relaciones y expectativas de la comunidad con el uso de su patrimonio cultural como fuente de desarrollo sociocultural y socioeconómico.

Como primera gran conclusión que aporta a esta discusión, estos son los siguientes requerimientos de diseño para afrontar de manera pertinente, según lo

esbozado en este artículo y la experiencia en el contexto actual, proyectos de diseño para, sobre y desde las manifestaciones del patrimonio cultural (Cardona, 2014):

- Implementar accesibilidad al patrimonio cultural con el uso de TIC a partir de nuevos modelos de organización y servicios.
- Proyectar la gestión fluida de los sistemas de visibilización del patrimonio cultural al permitir un uso más intuitivo y más sencillo de comprender al involucrar de manera permanente a personas de la comunidad.
- Organizar redes de intercambio, en el mundo virtual y en el real, complementarias y sincronizadas.
- Ofrecer varios niveles de participación para muchos usuarios de forma sincrónica y apoyar el uso colectivo con responsabilidad individual.
- Promover disponibilidad al facilitar que otras personas fuera de la comunidad aprovechen los recursos dentro de una escala glocal.
- Reconocer a las personas involucradas y adaptar los servicios y productos a diferentes perfiles de usuario. Favorecer las relaciones directas, cara a cara, para llegar a acuerdos y desarrollar confianza.
- Dejar a la libre elección de las personas su grado de compromiso con la interacción y la participación voluntaria en la gestión del servicio.

- HORTA, A. (2012). *Trazos poéticos del diseño*. Manizales, Colombia: Universidad de Caldas.
- JOLIER, G. (2012). *La cultura del diseño*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- KADT, E. (1991). *pasaporte al desarrollo perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo*. Madrid, España: Ediciones Endymion. Recuperado de <http://www.worldcat.org/title/turismo-/oclc/709606630>.
- MANZINI, E. (2015). *Design, when everybody designs: an introduction to design for social innovation*. Cambridge, Massachusetts: MIT press.
- MANZINI, E. y Jegou, F. (2009). *Servicios participativos*. *Revista experimenta*, 63, 45 -76. Madrid, España: Editorial Experimenta.
- PRATT, A. y Nunes, J. (2011). *Diseño interactivo*. Barcelona, España: Editorial Océano.
- UNESCO (1997). *Nuestra diversidad creativa, indicaciones de la comisión mundial de cultura y desarrollo*. México: Unesco.
- VACHERON, F. (2015). *Introducción a la convención para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*. Córdoba, Argentina: Universidad Nacional de Córdoba.
- VIDAL, E. (2012). *Nuevas visualidades del diseño industrial: superficies y crítica*. En *Memorias del 5º Encuentro Internacional de Investigación en Diseño 2012* (pp. 191-199). Cali, Colombia: Universidad ICESI.

REFERENCIAS

- ARÉVALO, J. (2010). *El patrimonio como representación colectiva. La intangibilidad de los bienes culturales*. *Gazeta de Antropología*, 26(1). Recuperado de https://www.ugr.es/~pwlac/G26_19Javier_Marcos_Arevalo.html
- BONSIEPE, G. (1999). *Del objeto a la interfase: mutaciones del diseño*. Buenos Aires: Argentina: Infinito.
- BUCHANAN, R. (2013). *Declaración por diseño: retórica, argumento y demostración en la práctica del diseño*. Desing Discourse. University of Chicago Press.
- CARDONA, F. (2014). *El diseño como factor de innovación del espacio público*. *Revista Oblicua*, 6, 8-17. Recuperado de <https://www.fadp.edu.co/wp-content/uploads/2017/06/revista-oblicua-06.pdf>
- CHIAPPONI, M. (1999). *Cultura social del producto: nuevas fronteras para el diseño industrial*. Buenos Aires, Argentina: Infinito.
- GARCÍA, C. N. (1999). *Los usos sociales del patrimonio cultural*. En E. Aguilar, *Patrimonio etnológico: nuevas perspectivas de estudio* (pp. 16-33).Granada, España: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico y Fundación Machado.

ES **Diseño y política. Prácticas de
agenciamiento y transformación social**

EN **Design and Politics. agency and social
transformation practices**

ITA **Design e politica. Pratiche di attuazione
e trasformazione sociale**

FRA **Design et politique. Pratiques
d'agencement et de transformation
sociale**

POR **Design e política. Práticas de
agenciamento e mudança social**

Ginette Múnera Barrios

Diseño y política. Prácticas de agenciamiento y transformación social

GINETTE MÚNERA BARRIOS

Docente en la Universidad Pontificia Bolivariana en Medellín. E-mail: mariag.munera@upb.edu.co



RESUMEN (ESP)

Se quiere salir del centro de una actividad tradicionalmente entendida como «disciplina centrada en los objetos» para expandir este horizonte hacia algunos de los fenómenos contemporáneos que se desprenden de algunas de las prácticas del diseño, como es el caso de las prácticas sociales en diseño. Desde aquí se pretende revisar algunos de los conceptos que se derivan de la actividad propia de la disciplina, como sucede con las nociones de *diseño y política*¹. En el presente artículo se comprende que el diseño es ante todo una actividad y, por lo tanto, una «práctica creativa, comunicativa, estética y política», ya que es una actividad comunitaria y participativa. Se hará énfasis en cuatro puntos claves para llegar a esta última afirmación: el primero procurará explorar el diseño como disciplina; en un segundo momento se revisará el diseño como práctica creativa, para luego retomar el diseño como actividad. De este modo, se mostrará la innegable relación entre el diseño como una práctica comunicativa, estética y política. En un tercer momento, la idea será precisar algunos conceptos, los cuales servirán para enunciar a qué nos referimos con *prácticas sociales* o *prácticas comunitarias* en diseño. Por último, a manera de conclusión, se argumentará, desde algunas teorías contemporáneas, cómo el diseño participa como agenciamiento político y transformador de lo social. Todo lo anterior a la luz de algunos teóricos del diseño y filósofos como Arendt, Heidegger, Rancière, entre otros.

PALABRAS CLAVE: *Diseño endógeno, prácticas sociales, diseño y política*

ABSTRACT (ENG)

This article intends to depart from an activity traditionally understood as a «discipline focused on objects», to expand this horizon towards some contemporary phenomena deriving from design practices, such as social practices in design. From this standpoint, the article intends to revise some concepts derived from the discipline's own activities, as is the case with the notions of *design and politics*². It assumes that design is, above all, an activity and, therefore, a «creative, communicative, aesthetic and political practice», for it is a communal and participative activity. Four key points shall be emphasized in reaching this last assertion: the first shall explore design as a discipline; secondly, it shall consider design as a creative practice, and then it will analyze design as an activity. Thus, we shall show the undeniable nature of design as a communicative, aesthetic and political activity. Third, we shall specify some concepts, used to define what we mean by *social practices* or *communal practices* regarding design. Finally, by way of conclusion, we shall argue, based on some contemporary theories, that design participates in political agency and show how it transforms society. The above draws from design theorist and philosophers such as Arendt, Heidegger, and Rancière, among others.

KEYWORDS: R

RIASSUNTI (ITA)

Uscire da un'attività tradizionalmente intesa come "disciplina centrata sugli oggetti" per aprire l'orizzonte verso i fenomeni contemporanei che sono nati da diverse pratiche del design, come quelle sociali è l'oggetto di questa relazione. Si

1 Se hace referencia a la política como «lo común» y/o pensamiento comunitario, recuperando el término original en la antigua Grecia donde lo político tiene que ver con la vida de la polis 'la ciudad' y, para el caso, la vida en común (comunitaria).

2 Politics is understood as «what is common» and/or community thinking, recovering the original sense it had in Ancient Greece, where the political is related to the life of the polis 'the city' and, in this case, to life in common (community).

metterano in discussione alcuni concetti che derivano da queste attività della disciplina, concetti come *design stesso e politica*³. La relazione prende in considerazione il concetto di design come un'attività, quindi, una «pratica creativa, comunicativa, estetica e politica» dato che è un'attività comunitaria e orientata alla partecipazione. Si metterano in rilievo quattro punti chiave per arrivare all'affermazione precedente: primo momento, si cercherà di considerare il design come una disciplina propria; secondo, il design come pratica creativa, e quindi come un'attività il cui rapporto con la comunicazione, l'estetica e la politica è innegabile. Di seguito, terzo momento della relazione, si tornerà su dei concetti necessari che serviranno da cornice per precisare il senso di *pratiche social e pratiche comunitarie*. Finalmente, a modo di conclusione, si daranno gli argomenti per capire il design come pratica politica e di trasformazione sociale, tutto ciò dai pensieri di alcuni teorici contemporanei, esperti del design e filosofi, Arendt, Heidegger, Rancière, fra altri.

PAROLE CHIAVE: P

RÉSUMÉ (FRA)

L'intention est de sortir d'une activité traditionnellement entendue comme "discipline centrée sur les objets" et d'élargir cet horizon à quelques-uns des phénomènes contemporains qui dérivent de certaines pratiques du design, comme c'est le cas des pratiques sociales en design. Sur cette base on se propose de réviser quelques-uns des concepts relatifs à l'activité propre de la discipline, notamment les notions de *design et politique*⁴. Dans cet article on envisage le design avant tout comme une activité et, donc, une "pratique créative, communicative, esthétique et politique", puisque c'est une activité communautaire et participative. Pour parvenir à cette affirmation on mettra l'accent sur quatre points-clés. Le premier point consiste à explorer le design comme discipline. Dans un deuxième temps on examine le design comme pratique créative, pour ensuite le reprendre comme activité ; de la sorte, on met en évidence la relation indéniable entre le design comme pratique communicative, esthétique et politique. Dans le troisième point l'idée est de définir quelques concepts, qui serviront à préciser ce que nous entendons par *pratiques sociales* ou *pratiques communautaires* en design. Enfin, en guise de conclusion, on montrera, depuis plusieurs théories contemporaines, comment le design participe comme agencement politique et transformateur du social ; cela à la lumière de divers théoriciens du design et de philosophes comme Arendt, Heidegger, Rancière, entre autres.

MOTS-CLÉS:

RESUMO (POR)

O objetivo é sair do centro de uma atividade tradicionalmente entendida como «disciplina centrada em objetos» para expandir esse horizonte para alguns dos fenômenos contemporâneos decorrentes de algumas das práticas do design, nomeadamente às práticas sociais em design. Portanto, pretende-se rever alguns dos conceitos decorrentes da atividade própria da disciplina, isto é, noções de *design e política*⁵. Este artigo parte do conceito que o design é sobretudo uma atividade e, portanto, uma «prática criativa, comunicativa, estética e política», pois é uma atividade comunitária e participativa. Nesse sentido, os pontos principais a serem focados para atingir essa afirmação serão quatro: o primeiro irá explorar o design como disciplina; a seguir falaremos do design como atividade criativa, e depois voltaremos ao design como atividade. Assim, evidenciar-se-á a incontestável relação entre o design como prática comunicativa, estética e política. Em terceiro lugar, alguns conceitos serão estabelecidos, que servirão de base para o que chamamos de *práticas sociais* ou *práticas comunitárias* em design. Por último, para concluir, com base em algumas teorias contemporâneas, falaremos de como o design participa como agenciamento político e transformador do âmbito social. Tudo isso com base em alguns teóricos do design e filósofos como Arendt, Heidegger, Rancière, entre outros.

PALAVRAS-CHAVE: T

3 **Politica fa riferimento qui a quello che è comune oppure ai pensieri della comunità, si recupera così il senso della antica grecia che parte dal concetto di città (polis) e la vita comune della polis, vita comunitaria.**

4 **On se réfère ici à la politique comme "le commun" et/ou la pensée communautaire. On reprend l'acception première du terme dans la Grèce antique : le politique est ce qui a trait à la vie de la polis ('la cité'), c'est-à-dire à la vie en commun (communautaire).**

5 **Faz-se referência à política como o «comum» e/ou o pensamento comunitário, assim recuperando o termo original da antiga Grécia onde o político tem a ver com a vida na polis 'a cidade' e, neste caso, a vida em comum (comunitária).**

INTRODUCCIÓN

Este artículo hace parte de las reflexiones del proyecto titulado *En búsqueda de un diseño endógeno: hacia la construcción de una propuesta conceptual y práctica del quehacer del diseño situado en los saberes artesanales y en las identidades locales a partir de las experiencias del módulo Producto e Identidad*. Este proyecto de investigación está adscrito a la línea Dinámicas de la Cultura Material, del Grupo GED (Grupo de Estudios en Diseño) de la Facultad de Diseño Industrial, Escuela de Arquitectura y Diseño, en la Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín.

DISEÑO COMO DISCIPLINA

Siguen siendo permanentes las discusiones sobre la disciplina del diseño, algunas todavía abstractas, complejas y muy diversas. Son diversas porque dependen de la realidad de cada uno de los contextos, ya que son hijas de la riqueza de los lugares, los cuales responden a infinitas gamas de posibilidades heterogéneas en los que el diseño se manifiesta no a manera de materializaciones, sino a manera de prácticas comunitarias. Estas prácticas se conocen como *diseño social*. Para este momento y en el caso de nuestro territorio (Colombia), desde ya se anuncian grandes cambios sociales y estructurales en tiempos de posacuerdo. El diseño participa de manera activa debido a las políticas de responsabilidad social que se anuncian como estrategias en las universidades desde hace un poco más de dos décadas, a través del ejercicio investigativo en los diferentes escenarios sociales a nivel país. En esta dirección y como parte de esta reflexión, el propósito principal es mostrar de qué manera el discurso en diseño social tiene algo más por decir que solo sus objetos, pues ya no puede seguir siendo una abstracción difusa, lejana, sin tener en cuenta la realidad en la que vivimos. La intención es dar cuenta sobre las prácticas humanas o prácticas sociales que se realizan actualmente en nuestros contextos; algunas de ellas provienen de la academia y en ocasiones se trabaja de la mano con otras organizaciones sociales y/o con otras disciplinas. Hasta el momento el

diseño ha sido y sigue siendo una práctica orientada hacia la industria, como se conoce en la tradición histórica, sin embargo, también se sabe que la industria en nuestro país es algo que se tiene que revisar con cuidado tanto a nivel conceptual como en su realidad concreta.

Ahora bien, por el momento el tema de la industria se quedará en un segundo plano, o casi paralelo, dado que, aunque no es el propósito de este escrito, la industria se transforma a medida que se transforma la sociedad y en este mismo sentido se transforma el diseño:

Sin duda, juegan un papel fundamental para el desarrollo y evolución de la sociedad; se puede decir que sugieren el modelo de la naturaleza de la humanidad inconforme con «el estado en que se encuentran las cosas», pero; si bien en la modernidad el diseño y la tecnología se asocian para el desarrollo económico y la atención de las demandas sociales y culturales de los sujetos, en la actualidad ya no son la clave para la atención de los mercados; la atención gira en torno a otras manifestaciones, aquí consideradas como manifestaciones estéticas y políticas del mundo por venir. (Salabert, 1993, p. 23)

Con esta afirmación se da un primer paso a la relación entre estética y política, pues con la noción de *industria*, que en este caso se vislumbra como «práctica social», puede evidenciarse una de las emergencias a manera de prácticas contemporáneas en diseño. De aquí surgen conceptos como *industrias creativas y/o industrias culturales*. Con ellas son posibles otras reflexiones, o mejor, otras maneras de pensar y hacer diseño hoy. Por el momento, la idea de esta propuesta es mostrar de qué manera el diseño puede ser además una práctica comunicativa,

creativa, estética y política que, en su quehacer, supone «agenciamientos»⁶ y, por tanto, estas prácticas son capaces de transformar la sociedad.

Respecto al diseño como mediación, resumiendo, diseñar quiere decir algo más que diseñar objetos, artefactos o productos. El diseño es mediación para la transformación de los sujetos y los grupos sociales. Esto quiere decir que el diseño se traslada hacia otros lugares no necesariamente disciplinares, pues el ejercicio inter y transdisciplinar que se propone tiene que ver con la vida, en el sentido del *sensus commun* que utilizaba Hannah Arendt en sus textos sobre qué es la política. Esto es el sentido de *comunidad* como un actuar común y construir comunidad desde lo común, ya sea comunidad académica o comunidad en la vida social del que habita en las ciudades, los campos y en cualquier escenario de frontera, pues la borradura de lo rural y lo urbano también es uno de los fenómenos contemporáneos que tenemos que asumir desde esta dimensión, así como la distinción entre la comunidad académica y la sociedad. Por lo tanto, lo común tiene que ver con lo que se habita en el orden de lo cotidiano: los objetos, las formas de sensibilidad y la expresión de las culturas; los comportamientos de los sujetos; los encuentros entre saberes y disciplinas; las organizaciones y la relación con los contextos; la realidad y la forma como comprendemos e interactuamos con ella. De modo que el diseño deja de concentrarse en sí mismo, como una comunidad de diseñadores para diseñadores, con el fin de expandirse hacia otros territorios, como sucede en el caso disciplinar con las conversaciones actuales con el arte, la arquitectura, la sociología, la antropología, las ingenierías, la medicina, la tecnología, la biología, la ecología, entre tantas otras disciplinas. Lo mismo ocurre para las comunidades en las regiones donde lo que importa son los saberes, las técnicas y las tecnologías, las prácticas cotidianas del habitar, el lenguaje y las maneras de ser y pensar.

Ahora bien, como disciplina, el diseño se reafirma en su sentido ético junto con la filosofía, el derecho, las ciencias políticas, la economía, la biología, incluso la teología. Sin embargo, lo que puede verse desde aquí es la disposición y apertura del diseño, con la cual es posible comunicar sensibilidad (ética y estética) para dar paso a la creación de cuerpos comunitarios académicos e interdisciplinarios, tan necesarios en el mundo actual. Por supuesto, sigue siendo vigente el trabajo tradicional del diseñador industrial para la industria, sin embargo, vale decir que el diseñador ya no es un individuo, sino un colectivo en el sentido concreto de nuestra realidad. Así que, el diseño es político porque nace de las relaciones entre lo que se construye entre varios. Hoy se diseña no para usuarios,

sino para ciudadanos, señalaba Paola Antonelli⁷. Varios diseñadores también lo afirman pues las prácticas del diseño se expanden y superan los clásicos modelos de creación para abrirse hacia territorios vivos, móviles, complejos y en comunión con otras experiencias que permiten que la comprensión del diseño sea enriquecida por valores que traspasan la frontera de lo material para enfocarse en la experiencia humana como forma de creación.

En este sentido, tenemos el compromiso de hablar sobre esto y sobre otras posibilidades y responsabilidades del diseño: el diseñador de hoy está dispuesto a trasladarse a otros lugares poco explorados, como sucede con los espacios de intervención territorial en las periferias de las ciudades y los campos. Desde hace tiempo el diseño traspasa las fronteras de las disciplinas y en sus intersticios emergen oportunidades de creación colectiva; los resultados son las evidencias políticas, a manera de acuerdos sociales, que desde el diseño se convierten en serias y significativas contribuciones que se evidencian en la experiencia individual y colectiva. El diseño se manifiesta participativo e interactivo, capaz de hacer parte de las dinámicas de la cultura que dan cuenta sobre la configuración de lo social.

El diseñador contemporáneo se enfrenta a grandes retos en nuestro país debido a que es responsable de darle forma al territorio, al hábitat y a los objetos sin desprenderse de quienes lo habitan; trasciende los límites de las instituciones para construir un cuerpo común. El diseño se amplía y se dinamiza. En este movimiento lo que aparece dentro y fuera de los cuerpos comunitarios aparece como pensamiento que se materializa y se visibiliza con el diseño.

Esto es diseñar, pues el diseño se hace visible ya que visible es lo común, utilizando las palabras de Rancière (2000). Puede decirse que el diseño es un lugar de encuentro, es vínculo y agenciamiento. Se hace visible como un asunto emergente de aparición pública, es político porque congrega y transforma la sociedad. Por lo tanto, se puede afirmar que con el diseño se instauran

6 Agenciamiento es aquí entendido como acciones, movimiento, desplazamiento, el diseño como «mediación».

7 Paola Antonelli: es curadora del Departamento de Arquitectura y Diseño, así como directora de I+D, en el Museo de Arte Moderno (Moma) de Nueva York. Paola Antonelli logra cambiar la percepción del diseño, asegurando la importancia del diseño en la vida cotidiana. Paola ha venido a Colombia en diferentes ocasiones, sus conferencias pueden verse en TED.COM

«nuevas formas de sensibilidad a modo de articulación entre maneras de ser, hacer y pensar sus relaciones» (Rancière, 2000, p. 10).

DISEÑO COMO PRÁCTICA CREATIVA

«El hombre habita en tanto que construye»
(Heidegger, 1994, p. 48)

Muchas son las expresiones que se han utilizado para describir la capacidad creativa del hombre en la sociedad. Sin embargo, se considera aquí la noción de *poiesis*, utilizada originalmente en la antigua Grecia pues es la que más se acerca a lo que se quiere decir. *Poiesis* significa 'creación y/o producción'. Del mismo modo, se puede articular a la noción de experiencia de Schiller (citado por Rancière en varios textos), quien describía la experiencia estética como una *pulsión creativa*, esto es el *sensus commun*, citado anteriormente, que quiere decir 'comunidad entre la experiencia de un sujeto y otro, o todo aquello que construye comunidad'.

Reuniendo ambos conceptos, se hace referencia a las *prácticas creativas y políticas y comunicativas* asumiendo de hecho que el discurso en sí mismo es una práctica. Puede verse lo sensible y/o el conocimiento sensible o sensibilidad estética en plenitud pues lo que aquí se busca es reconocer y construir un todo, teniendo como base que lo peculiar de la política es la existencia de un sujeto definido por su participación. En conjunto es un todo estético y político. Ahora bien, es claro que esta noción *poiética* no se reduce a un ámbito disciplinar o a algunas disciplinas creativas dado que la creatividad es una facultad humana que además constituye un acontecimiento social, ya que lo social se da en el ejercicio de la creación, es decir, se da en la práctica.

Si bien la *poiesis* alude a cualquier proceso creativo, como Heidegger (1994) lo indica, configurar o construir se entiende como actividad del ser humano debido a que, si el construir es la esencia del habitar, quiere decir que el habitar funda el existir humano. De manera que vemos la pertinencia del diseñador como creador pues si el humano configura mundo, asimismo lo construye.

El diseñador debe anticiparse y contemplar la posibilidad de construir otras maneras de pensar, así como otras maneras de habitar puesto que en diseño se hace necesario el pensamiento y la creación de lo común. Se trata del compromiso con lo público (política) en el sentido heideggeriano, ya que con estos modos de pensar, hacer y habitar se muestran las formas del ser creador-diseñador (Heidegger, 2003).

Hasta aquí, esta reflexión intenta un acercamiento a una de estas formas de lo social, como lo muestra Agamben (2005), quien se refiere a esta condición creativa:

«que el hombre tenga sobre la Tierra una condición productiva, significa entonces que la condición de su habitar en el mundo es una condición práctica» (2005, p. 111). Se puede entender en esta última expresión que la creación supone la producción de algo que transforma en algo más y, sin duda, la idea del diseño como una práctica creativa amerita mayor reflexión. Cabe preguntarse qué es y cómo es lo que se crea y se transforma.

Regresando a los griegos, la metáfora del *ágora* sirve como parte del debate para pensar la ciudad: para los griegos la política viene de la *polis* que quiere decir 'ciudad', porque es el lugar donde se discuten los asuntos comunes con la participación de los ciudadanos. No es el ejercicio del poder jerárquico. Se trata del ejercicio del pensar y construir la ciudad pues «cualquier ciudadano debe ser capaz de gobernar», se menciona en los textos griegos. También puede asumirse como lo señala Rancière: «la política es el ejercicio de la capacidad de cualquiera» (1998). En este sentido, las decisiones son transversales y no subordinadas, no dependen de una persona, sino de muchas, por lo cual las conversaciones se concentran en los temas de lo que es común para los ciudadanos, como lo son los asuntos sobre la vida humana. Con los diálogos se construye y, por esta razón, la importancia de la *poiesis* y la filosofía. Siguiendo las palabras de Hannah Arendt (1997) sobre qué es la política, entendemos que el ser humano tiene sobre la Tierra una condición *poiética* y productiva, y esta condición se da en las formas de pensar y hacer comunidad.

También comprendemos aquí *poiesis* en el sentido heideggeriano del construir, o en el agambiano, como un obrar productivo. Para ambos autores, el obrar es traer a la presencia algo y en ese obrar descansa la creación. De este modo, Agamben legitima estas formas con la noción de *límite* que señala no una frontera, sino un ir más allá que se orienta hacia una zona en la que la actividad productiva del ser humano debe reconciliarse consigo mismo, pues lo que entra en crisis de manera radical es «la misma sustancia *poiética* del hombre» (2005, p. 106-107).

Gran parte de este escrito muestra esta mediación entre estas formas del diseño recuperando la *poiesis* de los griegos, ya que el propósito es el proyecto de lo común. Al final se construyen las éticas⁸, como también se pueden construir las viviendas, los objetos y los modos de convivencia, así como los modos de habitar la creación. En este sentido, se piensa el diseño como una práctica creativa y política pues se deriva de un momento en el que lo más importante tiene que ver con la forma como «nos encontramos, nos reconocemos e interactuamos entre comunes encuentros». Se funda un modo de creación con

8 La ética según Aristóteles, como se muestra en su texto denominado *Magna Moralia*, señala: «una rama y punto de partida del arte de gobernar; vista como un todo debería ser llamada no ética sino política» (2002, p. 25).

el cual no es posible, ni se pretende separar la reflexión de la práctica, la teoría de la praxis, ni tampoco se pretende separar el diseño de otras disciplinas y otras prácticas debido a que el diseño social es, ante todo, comunicación y una estética y política que se materializa en sus prácticas; la responsabilidad del diseño está en estas prácticas ya que tiene como objeto la transformación de la vida y por ende la transformación de la vida social .

DISEÑO COMO ACTIVIDAD COMUNICATIVA Y CREATIVA

En párrafos anteriores se recupera la noción de que el diseño es ante todo una *actividad*, cuyo soporte conceptual se encuentra en los textos de Víctor Margolin (2005). Hoy esta noción es cada vez más habitual entre los diseñadores y supera la idea de que el diseño quiere decir ‘dar forma’, o significa ‘designio, proyecto’, entre otros conceptos. Sin embargo, al ser proyecto, es una práctica tanto en su concepción como en el proceso y, por tanto, es una práctica activa. Diseñar quiere decir entonces que hay «un proceso» que nos lleva a concretar un proyecto o varios proyectos.

Reconoceremos este proyecto como una actividad auténtica y comunicativa, pues con ella se anuncia el objeto y el sujeto como el momento creativo en la acción que involucra un proceso comunicativo participativo y, por tanto, político. Comunicativo porque el discurso se desprende de las conversaciones con y dentro de las comunidades y fuera de ellas, pero sobre todo político porque se despliega de la interacción entre todos los «cuerpos comunitarios», utilizando el término de Hannah Arendt (1997), dado que lo común son las personas y sus conversaciones. Gracias a los resultados de estas conversaciones son posibles los proyectos cuyo resultado tangible es la obra (diseño).

Con estos conceptos se supera el objeto material como creación en nuestras disciplinas pues, como Iliana Hernández (2013) lo indica a manera de ejemplo:

Una creación arquitectónica o de diseño obtiene su tensión y lugar de pulsión en el cruce de fuerzas que han sido implicadas por su dispositivo. La creación de un proyecto de arquitectura, «o, de diseño» está reflejada en la singularidad de su idea, la concepción y el desarrollo formal, espacial y temporal que la estructura, en la tecnología, pero también en las formas de interacción que ella produce entre sus habitantes, visitantes, extranjeros. Sus cualidades simbólicas, signicas, de producción de sentido, pero

especialmente su capacidad creativa; esto es su capacidad renovadora del estado del arte de ese tipo de creaciones. (p. 2)

Lo que se ha dicho entonces es que el diseño es un proceso activo, comunicativo y creativo y en este cruce de fuerzas, así como en el cruce de estas formas de interacción, se produce la creación. Esta tensión es una manera de lograr acuerdos o disensos con los cuales es posible darle forma también a los sujetos: sujetos políticos. Ambos, objetos y sujetos, son imprescindibles pues la actividad creadora no proviene solo del creador hacia el objeto, sino que continúa, ya que también pueden verse las formas cómo participan en la vida de las personas. Del mismo modo se transforma lo común. Todo esto es posible gracias a los diseñadores y/o creadores, debido a que no hay un proceso ni un proyecto creativo sin un quién, unos quienes y unos dónde, pues: «somos al mismo tiempo sujetos perceptores y objetos percibidos, formamos parte de un contexto» (Arendt, 1997, p. 18). Estas relaciones constituyen la práctica del diseño, expuestos aquí como un proceso vivo de interacciones que se configuran en la experiencia social. Por lo tanto, la comunicación es parte de este proceso creativo, es vinculante, activa y transformadora de lo común.

PRÁCTICAS SOCIALES

Lo social funda la experiencia entre las disciplinas creativas pues convoca, reúne y logra las conversaciones que dan lugar a nuevas formas de experiencia comunitaria, esto es cualquier forma de comunidad humana. En este caso, se alude a las prácticas sociales en diseño; se trata de las prácticas con las cuales se reafirma la identidad de diseñadores en los contextos. Algunas son conocidas como *prácticas de diseño participativo o colaborativo con comunidades*, otras son conocidas como *prácticas sociales* porque además de la creación de un producto atienden cualquier forma de organización social, incluyendo las formas de organización cotidiana, empresarial, informal e industrial. Cabe decir que no se trata de activismo político, es el ejercicio creativo. Lo relevante aquí es que el diseño hoy involucra no a individuos, sino a cuerpos comunitarios, es decir, atiende cualquier forma de colectividad con las que es posible un proceso o un proyecto creativo durante el antes, entre o fin de un proyecto creativo. En otras palabras, siempre hay creación con ayuda de un cuerpo comunitario porque crear, consolidar y reafirmar estos cuerpos son prácticas necesarias en la disciplina. Uno de los ejemplos de estas prácticas es el ejercicio inter y transdisciplinario que realizamos en las universidades, en unión o con el apoyo de las organizaciones empresariales, gubernamentales y algunas no gubernamentales. Este tipo de actividades

tienen como propósito común mejorar las condiciones de vida de los habitantes, visitantes o extranjeros, como lo señalaba anteriormente Iliana Hernández.

Actualmente, en la experiencia se trabaja con asuntos que tienen que ver con el mejoramiento de las formas del hábitat en asentamientos informales urbanos o zonas de conflicto o periferia a nivel urbano y rural. El trabajo interdisciplinario es evidente pues se trabaja de la mano de la empresa privada y pública con ayuda de arquitectos y diseñadores, pero también de antropólogos, sociólogos, filósofos, ingenieros, artesanos, artistas, profesionales de las ciencias de la salud, profesionales de las ciencias políticas, ciencias del medio ambiente, pero, sobre todo, se cuenta con la participación de los pobladores del lugar.

El aprendizaje de años ha sido comprender que el ejercicio creativo se deriva de las conversaciones y los consensos con las comunidades. Se construye comunidad y se generan procesos que promueven políticas públicas pertinentes con la realidad de los contextos y la industria. Las políticas públicas no provienen de los gobiernos, sino de los diagnósticos y de los procesos de investigación, pero sobretodo de la experiencia comunitaria. En concreto se construyen proyectos de infraestructura, salud, vivienda, así como se construyen espacios de creación y entretenimiento. Se construyen escenarios culturales, deportivos, pedagógicos, lúdicos, tecnológicos, ambientales, paisajísticos, entre otros. Se construyen, además, soluciones precisas que resuelven problemas de abrigo, alimentación, descanso, afectividad, mobiliario, iluminación, ventilación, huertas urbanas, plazas, renovación urbana y cultural, etc. Se crean talleres de acción, participación y seguimiento; capacitación en diferentes técnicas, ya sea en el ámbito artesanal, industrial y local; talleres de construcción o uso de tecnologías duras o tecnologías informáticas. Por supuesto, se construyen objetos, artefactos, máquinas, herramientas que sirven para el uso de los materiales, saberes y técnicas de los pobladores, como sucede con la madera, los tejidos, la cerámica, el agua, la energía, etc. Todo esto se construye como resultado de las conversaciones y los acuerdos con todos. Se valida así que el diseño tiene una gran responsabilidad social a causa de que diseñamos para los demás, siempre.

Ahora bien, en el trabajo con el diseño social se conoce que el proceso no es fácil, no siempre tiene reconocimiento y en algunos casos el proceso no tiene resultados tangibles. Sin embargo, lo importante aquí es la experiencia del diseño como experiencia social pues la experiencia consiste en el trabajo de los empresarios, investigadores, docentes, estudiantes y/o diseñadores que llegan a la comunidad e interactúan con ella y su realidad. Para la academia es de vital importancia involucrarse con estos procesos a manera de investigación y de acción porque con la investigación académica pertinente es posible el desarrollo humano y el avance de las ciudades

y los países. El aprendizaje es humano y por ello hoy las conversaciones se instalan en lo estético político, entendido como aquello que provoca la partición de lo sensible debido a que surgen nuevas formas de comprensión de la sensibilidad o de la experiencia⁹. Rancière hace énfasis en la configuración de la sociedad, esto es, las formas como se distribuye lo común ya que «la política se refiere a lo que se ve y a lo que se puede decir, a quién tiene competencia para ver y calidad para decir, a las propiedades de los espacios y los posibles del tiempo» (2000, p. 13-14).

Ahora bien, con frecuencia se aprende que los pobladores son felices con lo que piensan y tienen, pero entonces ¿cuál y cómo es la participación del diseño y del diseñador? Perplejidad es la palabra. Muchas veces no se puede ni se debe hacer nada. Lo que se intenta es crear conversaciones sobre los modos y maneras como se habitan los lugares actualmente y, una vez se generan y se provocan estos diálogos, lo que sigue son las dinámicas creativas si son posibles; lo relevante aquí son los encuentros. El proceso no puede ser de otra manera pues las prácticas sociales son principalmente el resultado de estas interacciones y solo así es posible hablar de creación social en diseño. Por lo tanto, lo que se aprende resulta de temas como los objetos, los lenguajes y la cultura, la salud, la economía, la vivienda digna, la tierra, la alimentación, las actividades y las prácticas cotidianas, los saberes, las técnicas y las tecnologías de los lugares. Además, están las éticas¹⁰ y por supuesto las estéticas, entendidas como cualquier forma de expresión y sensibilidad comunitaria. Es claro que el diseñador no es quien orienta, sino quien aprende y con lo que aprende diseña. Por tanto, el diseño social no cambia la realidad, solo sigue el paso de lo que la sociedad quiere, dado que es la comunidad la que se va transformando por sí misma a medida que se transforma y crece. De ahí la importancia de la filosofía, debido a que la reflexión se da en forma de pensamiento en estas conversaciones; se trata del ejercicio filosófico dialogante y participativo, pertinente con la realidad de los contextos, contando con el pensamiento vivo y auténtico de las organizaciones sociales. Nace de las prácticas comunicativas, participativas y políticas de la gente. Este es el lugar de lo político que no tiene nada que ver con imposiciones ni pretensiones políticas en el sentido tradicional, ya que lo común son los encuentros, los aprendizajes, los conocimientos, los saberes. Todos

9 En Kant lo sensible, entendido como espacio-tiempo, se relaciona con la distribución de las actividades o tareas como forma de la experiencia. Para Kant, el origen del conocimiento se divide en la sensibilidad y el entendimiento, a través de la sensibilidad, es cómo nos son dados los objetos, mientras que es a través del entendimiento como podemos pensar dichos objetos (Rancière, 2000).

10 «La dualidad individuo-comunidad dirime sus contradicciones para formar un solo ente: el bien común, fundamento de todo ethos» (Rentería, 2002, p. 46).

estos temas dan cuenta sobre lo que hay que pensar y hacer para luego decidir y transformar las formas como se comprende y se habita. Habitar en el sentido heideggeriano pues se trata de lo que se habita en las conversaciones comunes, cotidianas, sencillas y sensibles de la gente.

AGENCIAMIENTO POLÍTICO Y TRANSFORMACIÓN

Con la noción de *política*, como ya se ha visto en el sentido de Rancière, la política se describe en términos de división entre mundos perceptibles o modos de sensibilidad¹¹. Con ello se puede ver por qué la estética para Rancière quiere decir «ruptura» de lo sensible o puntos de tensión y crisis. Del mismo modo se comprende la pertinencia de la política, pues el ejercicio político es la instauración de un desacuerdo o de un disenso ya que, para que haya creación, las crisis o tensiones son necesarias (disensos). Asimismo sucede con las prácticas del diseño actuales donde la ruptura de lo sensible o, en palabras nuestras, la necesidad de innovación y transformación social son evidentes en todas sus formas. También es claro cómo la política y la estética se vinculan debido a que se hace necesario este vínculo para que la comunidad surja. Por lo tanto, el diseño es un proceso móvil que se inserta en las prácticas cotidianas y en la vida social común. Se trata de agenciamientos políticos-estéticos que se transforman en cuerpos sociales porque siempre hay transformación con el diseño. Por tanto, son estos agenciamientos políticos en diseño a manera de formas de creación en las que se evidencian estas prácticas comunicativas y políticas del diseño.

Por tanto, pensar la política hoy quiere decir innovación y creatividad, es todo aquello que está en constante creación según Rancière (2000), dado que lo político quiere decir cambiar las cosas con la participación de todos. La política hoy crea modos de acción, comunicación, visibilidad y sensibilidad de lo común. Por tanto, el diseño es el ejercicio político que se manifiesta a través de las acciones concretas en los territorios. De nuevo con Margolin¹² (2005), la reafirmación es el diseño como actividad creadora que se piensa y se hace en comunidad. Lo que se espera es tratar de pensar y crear la comunidad, esto es, pensar en esas relaciones de tensión de lo común pues la creación comunitaria supone encuentros, acuerdos y desacuerdos. El pensamiento

estético permite esta reflexión sobre las formas de sensibilidad que se despliegan en este proceso ya que son expresiones de la comunidad que se manifiestan sensibles. Hasta aquí se ha hecho evidente la relación entre el diseño y la política; ya no es posible ignorar esta profundidad política que da cuenta sobre algunos de los fenómenos contemporáneos como los que se conocen hoy como procesos de posacuerdo.

El panorama de hoy muestra estas discusiones que son el resultado de las conversaciones de los cuerpos comunitarios. Posacuerdo o posconflicto, cabe señalar, no quiere decir conflicto, sino transformación. Se trata de los acuerdos que surgen del conocimiento de la realidad. Los diseñadores deben participar activamente en estas conversaciones que, además, sugieren el modo de ver cómo vamos a transformar el mundo material e inmaterial. Estas prácticas que aquí llamamos *sociales*, *políticas* y de *creación* son las que involucran seriamente al diseño en estos asuntos comunes de nuestra sociedad. La invitación es romper el esquema de la política tradicional en el que se han instalado otras disciplinas debido a que se propone desde la creación un nuevo estado del arte inspirador, sensible, creativo, comunicativo y político desde el diseño (disenso). Si hay algo que necesita innovación y creación es la política. Esta propuesta se instala en el pensamiento de frontera ya que entre los límites son posibles la creación y el diseño. Hoy se han ampliado los límites y las fronteras para expandir el diseño hacia la cultura y hacia la vida misma. Por esta razón cobran relevancia las industrias culturales, tecnológicas, las industrias del arte, las industrias creativas, entre otras formas. Se hace necesaria la comprensión y actualización de esta dimensión política, con la cual se facilita de algún modo las oportunidades para el diseñador hoy.

DISEÑO COMO EXPERIENCIA POLÍTICA

La experiencia política nos dice que, en la vivencia comunitaria, los desacuerdos o en la división de lo sensible, como lo expresa Rancière, se encuentra el cuerpo comunitario. Los diseñadores aprenden sobre este tránsito necesario pues lo común es pensar diferente. El diseñador acompaña, participa, aprende y decide en comunidad ya que se diseña cuando el acuerdo se logra. Este ejercicio es político porque trasciende lo material y lo individual (sujeto); se construye desde las conversaciones y la emergencia de las subjetividades con las cuales se involucra a todo el cuerpo comunitario. De este modo, la creación pasa a ser un proceso sensible, interactivo, creativo y de permanente transformación. Como resultado, la comunidad que participa y habita la participación se sitúa en un cuerpo transversal y político: se diseña para la realidad de las personas en los contextos. Podemos afirmar que el diseño es una práctica

11 Para Rancière «Partage du sensible» es un espacio dado o sobre el cual se organiza la percepción de un mundo o la relación de una experiencia sensible con los modos de interpretación inteligibles (2000, p. 5).

12 Víctor Margolin es un teórico investigador en diseño. Profesor emérito de Historia del Diseño en la Universidad de Illinois, Chicago. Es coeditor de la revista de diseño académico *Cuestiones de diseño*, y es autor, editor y coeditor de varios libros, incluyendo *Diseño y discurso*, *La idea del diseño*, *El mundo diseñado*, *La política de lo artificial*, entre otros.

que mantiene permanentemente vínculos concretos con la realidad y con lo social debido a que con la actividad de diseñar se crean vínculos con las colectividades y se crean formas de interacción y participación. Estas formas reafirman la función comunitaria del diseño que se concretan en la construcción de un escenario común. Como señala Rancière, se «redistribuyen las relaciones entre los cuerpos, las imágenes, los espacios y los tiempos» (2000, p. 16). Por esta razón, pensar el conjunto de actividades y/o prácticas como modos de pensar y hacer es política porque es comprender los modos como se configura la forma en que los cuerpos, los objetos, los sujetos y su visibilidad se presentan y configuran un espacio político¹³. En consecuencia, la partición de lo sensible o mejor, los elementos que generan estas divisiones para configurar lo nuevo, es lo que está en juego; se trata de pensar una forma política, de ruptura, tensión y relación. Del mismo modo, las prácticas sociales de diseño se manifiestan como «agenciamientos», estas son acciones que se materializan en escenarios evidentes pues la interacción entre las personas y la construcción de lugares comunes advierten la necesidad de intervenciones permanentes que permitan el ejercicio creativo como oportunidad del diseño. El diseñador debe estar atento a la creación de las acciones pertinentes coherentes con el momento creativo. Un ejemplo de estos agenciamientos son los talleres que se diseñan como estrategias de comunicación visual, ya sea para informar, documentar, formar o construir algo. Los diseñadores construyen herramientas que, con ayuda de técnicas de investigación cualitativa como lo son la observación, la fotografía, los diarios de campo, el dibujo, las maquetas a escala y/o el uso de las TIC, facilitan estos agenciamientos. Otras formas de agenciamiento son los productos. El agenciamiento propone nuevas formas de vinculación e interacción para la concreción de la obra. Por lo tanto, lo político supone al mismo tiempo procesos de creación sociotécnica de base y con ellos se rompe con los registros sensibles anteriores (tradición) y se construye una sensibilidad nueva capaz de transformar los comportamientos.

Por último, defendemos la idea de que el diseño puede y debe fundar lo social como un «ejercicio político en sincronía con los ritmos del mundo», utilizando la expresión de Rancière. No se trata de trazar fronteras, sino de crear otros territorios, problematizar y construir cuerpos sociales heterogéneos, sensibles, políticos y estéticos, se trata de «repoblar el reino de la experiencia estética» (2002, p. 128). Por tanto, es comprender que no existe oposición entre el diseño y la política, ni entre

la política y la estética. Se propone la investigación sobre estas formas de la política pues con ellas puede constituirse la transformación de lo social con base en la realidad. Es el ejercicio de la política sin ánimo de dominación, cuya tarea es la configuración de su propio espacio-tiempo, logrando que se visibilicen los sujetos, sus operaciones y sus prácticas. La pertinencia del diseño requiere de nuevas formas de enunciación, sensibilidad y nuevas formas de visibilidad¹⁴. Formas que configuran objetos, espacios y experiencias en lo común sensible. Con el ejercicio político cobra vida la pertinencia del diseño y sus acciones en nuestro país. Con ello puede verse esta dimensión estética y política del diseño que queremos aquí resaltar. El desafío sigue siendo la creación conjunta de lo humano desde las disciplinas consideradas creativas y, de paso, la construcción de una forma comunicativa y política distinta y acorde con nuestra realidad.

REFERENCIAS

- ARENDRT, H. (1997). *¿Qué es la política?* Barcelona: Ediciones Paidós.
- ARISTÓTELES (2004). *Magna Moralia*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Losada.
- AGAMBEN, G. (2005). *El hombre sin contenido*. Barcelona: Editorial Áltera, S. L.
- DESIGNIO-ENCUADRE (2003). Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño.
- FERNÁNDEZ, A. y Sánchez, R. (2007a). *Entrevista con el filósofo Jacques Rancière*. Argos. Recuperado de www.espacioblog.com/octavio-islas/post/2007/09/13/argos-entrevista-con-filosofo-jacques-ranciere.
- FOUCAULT, M. (1992). *Microfísica del poder*. Madrid, España: Ed. La Piqueta
- HEIDEGGER, M. (1994). *Conferencias y artículos*. Barcelona, España: Ediciones del Serbal.
- HEIDEGGER, M. (2003). *Ser y tiempo*, Madrid, España: Editorial Trotta.
- HERNÁNDEZ, I. (2013). La creación artística: a través de su relación con la investigación y la innovación. En *Investigación y creación artística. XII Congreso de Investigación*. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad

13 «[...] este reparto de partes y lugares se basa en una división de los espacios, los tiempos y las formas de actividad que determina la manera misma en que un común se presta a la participación, y unos y otros participan en esa división» (Rancière, 2000, p. 12).

14 «Un modo de articulación entre maneras de hacer, las formas de visibilidad de esas maneras de hacer y los modos de pensabilidad de sus relaciones, lo que implica una cierta idea de efectividad del pensamiento» (2000, p. 7).

Javeriana.

- KANT, I. (1991). *Crítica de la facultad de juzgar*. Caracas, Venezuela: Monte Ávila Editores.
- MARGOLIN, V. (2005). *Las rutas del diseño: estudios sobre teoría y práctica*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Nobuko
- RANCIÈRE, J. (1996). *El desacuerdo: política y filosofía*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Nueva Visión.
- RANCIÈRE, J. (2000). *La división de lo sensible: estética y política*. París, Francia: La Fabrique Éditions.
- RANCIÈRE, J. (2002). La revolución estética y sus resultados. *Revista New Left Review*, 14, 118-134.
- RANCIÈRE, J. (2005). *Sobre políticas estéticas*. Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- RANCIÈRE, J. (2007). *En los bordes de lo político*. Buenos Aires, Argentina. Ediciones La Cebra.
- RENTERÍA Flores, J. (2002). *Repensar lo político*. "Kratos y ethos el espacio de lo político". Xochimilco, México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- SALABERT, P. (1993). *De la creatividad y el neo-kitsch. Meditaciones posmodernas*. Montevideo, Uruguay: Editorial Montevideo Vintén Editor.
- SCHILLER, F. (1990). *Cartas sobre la educación estética del hombre*. Barcelona, España: Editorial Anthropos.

ES Experiencias pedagógicas que detonan oportunidades locales

EN Educational experiences that trigger local opportunities.

ITA Esperienze pedagogiche detonanti di opportunità locali

FRA Des expériences pédagogiques qui dynamisent des productions locales

POR Experiências pedagógicas que geram oportunidades locais.

*Juan Manuel España Espinoza
Diego Andrés Romero Cotrino
Judith Rodríguez Azar*

Experiencias pedagógicas que detonan oportunidades locales

JUAN MANUEL ESPAÑA ESPINOZA

Profesor Asociado, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. E-mail: juan.espana@utadeo.edu.co

DIEGO ANDRÉS ROMERO COTRINO

Profesor Asociado, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. E-mail: diegoa.romeroc@utadeo.edu.co

JUDITH AMPARO RODRÍGUEZ AZAR

Profesora Asociada, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. E-mail: judith.rodriguez@utadeo.edu.co



RESUMEN (ESP)

El espacio de aula de un taller de diseño de la Universidad Jorge Tadeo Lozano se ha trasladado del centro a la periferia, de lo urbano a lo rural. En un país como Colombia, donde el sector agrícola es tan importante productiva y culturalmente, sorprende la desconexión entre las prácticas del diseño y los sectores rurales. Aunque existen iniciativas que trabajan con este norte, es clara la necesidad de compenetrar el diseño en el desarrollo local y en las prácticas de fortalecimiento del territorio como ente productivo, cultural, tecnológico e histórico. En este marco, el programa de diseño industrial, desde su taller vertical en fibras naturales, ha roto los estereotipos del espacio de aula para abordar las problemáticas del sector agrícola. Han sido muchos los obstáculos a vencer, costos de traslados y alojamientos de los estudiantes y profesores en regiones distantes de la capital, contacto con las comunidades, acceso a sus saberes y territorios, seguridad, etc. Sin embargo, las estrategias pedagógicas generadas, unidas a la articulación con actores externos nacionales, regionales y locales, han permitido sortear estos y otros obstáculos, conformando a la fecha una experiencia enriquecedora para la comunidad académica, con un aporte concreto para las comunidades. Un proyecto académico con un exitoso engranaje de actores y comunidades se está convirtiendo en un motor para impulsar sociedades productivas rurales, mientras compenetra y sensibiliza a la academia del diseño con las regiones.

PALABRAS CLAVE: Rural, diseño, aporte, fortalecimiento, reflexión.

ABSTRACT (ENG)

The classroom space of a design workshop at Universidad Jorge Tadeo Lozano has been moved from the center to the periphery, from the urban to the rural. In a country such as Colombia, where the agrarian sector is so important, both for production and culture, the lack of connection between design practices and rural areas is surprising. Although there are some initiatives working towards this end, the need to blend design with local development and the practices strengthening the territory as a productive, cultural, technological and historical agency is evident. Within this framework, the industrial design program, from its vertical workshop in natural fibers, has broken the stereotypes of the classroom space in order to approach the problematics of the agricultural sector. There have been many obstacles to overcome, costs associated with transportation and lodging of students and professors in remote areas, contact with communities, access to their knowledge and territories, security, etc. However, the teaching strategies generated therein, together with the articulation with national, regional and local external actors, have allowed to surmount these and other obstacles, generating both an enriching experience for the academic community and a concrete contribution to the communities involved. An academic project with the successful participation of actors and communities is becoming a way to stimulate rural productive societies, while, at the same time, blending the design academy with the regions and sensitizing it to them.

KEYWORDS: Rural, design, contribution, strengthening, reflection.

RIASSUNTI (ITA)

Lo spazio di laboratorio di design dell'Università Jorge Tadeo Lozano é venuto fuori dal centro della città, e si é mosso in periferia, dalla città alla campagna. In Colombia, lascia perplessi la disconnessione fra le pratiche del design e i settori rurali, nonostante la campagna sia così importante in termini di produzioni e cultura. Esistono alcune iniziative che lavorano su questo aspetto, tuttavia la necessità di mettere in dialogo lo sviluppo locale, quello rurale, con il design per rafforzare i territori come spazi di produzione, cultura, tecnologia e storia, é davvero palese. Così, la carriera di design industriale é uscita dalle pratiche tradizionali dell'aula, dal laboratorio verticale di fibre industriali, per entrare nelle problematiche del settore agro. Non poche sono state le difficoltà da superare, spese, costi di trasferimento, alloggio degli studenti e professori in posti lontani dalla capitale, il contatto con le comunità, il contatto e rispetto delle loro conoscenze, pratiche ecc. La maggior parte di queste sfide, tuttavia, sono state superate tramite studiate strategie pedagogiche e l'articolazione con diversi attori esterni, dall'estero, nazionali e local. Oggi, esiste un'esperienza arricchita sia per la comunità accademica che per le comunità visitate, con dei risultati concreti. Il progetto accademico, pensato e maturato fra i diversi attori che sono stati coinvolti, diventa pian piano un motore per spingere e motivare le società rurali produttive; allo stesso tempo crea dei vincoli sensibili fra l'accademia del design e le regioni che erano necessari.

PAROLE CHIAVE: *Rurale, design, rafforzamento, contributi, riflessione.*

RÉSUMÉ (FRA)

L'espace de classe d'un atelier de design de l'Université Jorge Tadeo Lozano de Bogotá s'est déplacé du centre à la périphérie, du contexte urbain au contexte rural. Dans un pays, la Colombie, où le secteur agricole revêt une telle importance sur les plans productif et culturel, la déconnexion entre les pratiques du design et les secteurs ruraux est surprenante. Il existe bien quelques initiatives qui travaillent en ce sens, mais la nécessité est évidente de rapprocher les deux univers et d'intégrer le design dans le développement local et les pratiques de renforcement du territoire comme entité productive, culturelle, technologique et historique. Dans ce cadre, le programme de design industriel de l'Université, en l'occurrence l'atelier vertical sur les fibres naturelles, a voulu rompre les stéréotypes de l'espace de classe pour aborder les problématiques du secteur agricole. Il a fallu pour cela surmonter de nombreux obstacles : coûts de déplacement et logement des étudiants et professeurs dans des régions distantes de la capitale, contact avec les communautés, accès à leurs savoirs et territoires, sécurité, etc. Cependant, grâce aux stratégies pédagogiques mises en œuvre et à l'articulation avec divers acteurs externes (nationaux, régionaux et locaux), ces difficultés, et d'autres, ont

été résolues, et ainsi a pu se réaliser une expérience enrichissante pour la communauté universitaire, avec un apport concret aux communautés locales. Un tel projet académique combinant avec succès acteurs divers et communautés rurales constitue un moteur pour impulser des sociétés productives rurales, tout en sensibilisant et rapprochant académie du design et régions.

MOTS-CLÉS: *Rural, design, apport, renforcement, réflexion.*

RESUMO (POR)

O espaço da sala de aula de um workshop de design da *Universidade Jorge Tadeo Lozano* mudou do centro para a periferia, do urbano para o rural. Em um país como a Colômbia, onde o setor agrícola é tão importante tanto produtiva quanto culturalmente, surpreende a desconexão entre as práticas do design e os setores rurais. Embora haja iniciativas desenvolvidas nesse sentido, é clara a necessidade de envolver o design no desenvolvimento local e nas práticas de fortalecimento do território como entidade produtiva, cultural, tecnológica e histórica. Nesse sentido, o programa de design industrial, do workshop vertical em fibras naturais, quebrou os estereótipos da sala de aulas para abordar as problemáticas do setor agrícola. Os obstáculos têm sido muitos, custos de deslocamento e acomodações dos estudantes e professores em regiões distantes da capital, contato com as comunidades, acesso a seus conhecimentos e territórios, segurança, etc. Contudo, as estratégias pedagógicas geradas, junto com a articulação com agentes externos nacionais, regionais e locais, permitiram superar estes e outros obstáculos, assim conformando até hoje uma experiência enriquecedora para a comunidade acadêmica, com uma contribuição concreta para as comunidades. Um projeto acadêmico com uma integração bem-sucedida de entidades e comunidades está tornando-se o impulso de sociedades rurais produtivas, enquanto envolve e sensibiliza à academia de design com as regiões.

PALAVRAS CHAVE: *Rural, design, contribuição, fortalecimento, reflexão.*

INTRODUCCIÓN

Colombia es un país rural que está perdiendo esta identidad. Por la violencia y la modernidad se ha conducido hacia lo urbano, desvaneciéndose la importancia histórica, social y productiva del pequeño productor en el sector agrícola de nuestro país.

Sin embargo, nuestra dependencia del campo implica la necesidad de analizar a profundidad este fenómeno y reevaluar nuestra perspectiva frente a los sectores productivos que componen el agro en Colombia.

El diseño industrial en Colombia ha sido tradicionalmente una disciplina de baja incidencia en lo rural, nuestro desenvolvimiento se ha distanciado del campo en un país con abundante diversidad productiva e innumerables necesidades que pueden ser abordadas.

Existe una deuda histórica del diseño con el desarrollo del país sobre todo en el tema agropecuario, ya que nuestras capacidades han tenido muy baja incidencia en el desarrollo agrícola.

Los autores de este proyecto hemos adelantando desde el 2011 diversas iniciativas que, sin olvidar el carácter pedagógico propio de su gestación en una universidad, buscan abordar problemáticas rurales reales. A su vez, desde la interdisciplinariedad, pero con un enfoque de pensamiento en diseño, esperan aportar a su solución.

Este proyecto no solo es un mecanismo de aporte a nuestro déficit con el sector agrícola, también es un escenario pedagógico de contextualización y conexión de los estudiantes con una parte de Colombia que, entre las nuevas tecnologías y nuestro desarraigo por el campo, es casi desconocida para la gran mayoría de jóvenes que formamos en nuestras universidades.

Desde la década del 70, Papanek colocó los cimientos del diseño desde la acción-investigación participación, resaltando la importancia de conectar la disciplina con escenarios y proyectos de impacto social real y contextualizado, trabajando desde el territorio. Se debe «crear un conjunto de diseñadores estrechamente comprometidos con su propio legado cultural, su propio estilo de vida, y sus propias necesidades» (Papanek, 1977). Lo anterior lo expresamos desde un contexto del diseño

compenetrado y conectado con los requerimientos reales y urgentes de una comunidad en la que el diseñador es parte activa basculante y comprometida, no de forma caprichosa ni ególatra, aunque sí crítica y propositiva.

CONOCIENDO Y CONSTRUYENDO DESDE LA EXPERIENCIA

El tema ambiental está muy en boga en los escenarios académicos y el diseño lo ha abordando desde hace mucho tiempo. Sin embargo, su desarrollo ha estado planteado, en términos generales, desde el manejo de materiales reciclables y reutilizados, y desde el planteamiento de productos que ahorren consumos energéticos y aprovechen nuevas tecnologías energéticas, asociado a los productos de consumo masivo, más propio de países industrializados que a nuestro contexto, la mayoría de estos proyectos se quedan en planteamientos, muchas veces descontextualizados.

Con el fin de articular proyectos ambientales con las realidades propias de nuestro territorio, encontramos un tema de análisis que había sido abordado en los estudios de maestría por uno de los investigadores: las fibras naturales. Como en muchos otros aspectos, Colombia es un país biodiverso en el tema de fibras naturales, principalmente en aquellas de origen vegetal; sin dificultad se pueden ubicar por diversas regiones biogeográficas un amplio abanico de fibras y usos. Este tema es expuesto ampliamente en la publicación de Artesanías de Colombia titulado *Fibras vegetales empleadas en artesanías colombianas* (Linares, Galeano, García y Figueroa, 2008). Este documento reúne información importante sobre el aprovechamiento tradicional en la artesanía de los ecosistemas de páramo, bosque andino y de galería, selva húmeda tropical, sabana seca tropical, humedales, entre otros, que llevan a cabo proveedores, distribuidores y artesanos indígenas, afrodescendientes y campesinos.

La obra proporciona una visión de numerosas especies, la mayoría hace referencia a especies nativas, el 91 % (104 especies) de la América tropical, de las cuales 6

son endémicas de Colombia. Este referente, sin buscar contener todas las existentes en el territorio colombiano, da un claro panorama de la variedad existente.

Frente a este panorama y para profundizar investigativamente el tema del impacto real, se inició el desarrollo de escenarios académicos que permitiesen abordar el tema de las fibras desde diferentes niveles y enfoques.

Los requisitos y dificultades eran diversos, el tema debería permitir buscar acciones de diseño caracterizadas y compenetradas con realidades territoriales, debía vincular a los diversos miembros de la comunidad académica, profesores tiempo completo, catedra, estudiantes y egresados. Debían sortearse las dificultades de distancias y costos propios del desarrollo que no está en las ciudades, contactar con las comunidades y vincularse a ellas con responsabilidad, etc.

Para abordar el tema se tomaron dos puntos de partida: investigación y talleres de aula, cada uno de estos espacios con consideraciones y metas diferentes, pero interconectados entre sí para retroalimentarse y compaginar experiencias.

Con una finalidad clara de los procesos a mediano y largo plazo, y planteamientos cada vez más sólidos y acertados basados en la experiencia que se fuera ganando a medida que los proyectos avanzaran.

Para lograr esta vinculación entre espacios de aula y contextos reales se necesitó tener un claro norte de los objetivos pedagógicos que acompañaron las dinámicas para no desdibujar los espacios académicos en el hacer y, al contrario, lograr que el hacer sea parte de la acción reflexiva, requerida por los entornos académicos:

La participación activa y crítica de los actores sociales durante el desarrollo del proceso heurístico permite la toma de decisiones sobre las acciones por programar, ejecutar, replantear o reorientar a lo largo de la experiencia, el análisis y reconocimiento de las dificultades, debilidades y contradicciones en el ámbito objeto de estudio y las subsecuentes propuestas de acción y perspectivas de cambio social. (Colmenares, 2012, p. 110)

Vincular a los estudiantes de diseño con los actores y territorios sociales de las problemáticas contextualizadas en el aula de clase permite fortalecer su comprensión de los procesos de la acción de diseño y generar un marco de realidad sobre la acción que evita la ingenuidad proyectual y «el síndrome de la casa de muñecas»¹. Por

1 «El síndrome de la casa de muñecas» es una frase acuñada por el profesor Diego Jaramillo y que hace referencia a los planteamientos de diseño que se hacen desde un desconocimiento de las realidades económicas, sociales, culturales, etc., y que dan lugar a propuestas inviables, ingenuas, problemáticas y superficiales.

lo tanto, proponer acciones de diseño solo desde el aula es como diseñar desde la cueva de Platón, mirando sombras, proponiendo intervenciones desde una realidad deformada, descontextualizada.

Sin embargo, sin una sensibilización previa y un acercamiento teórico, los estudiantes e investigadores no tendrán un marco de referencia a contrastar ni un conjunto de herramientas de investigación para analizar aquella realidad que reconocen en el territorio.

Estas herramientas investigativas, al igual que los principios del diseño social, tienen abundantes referentes, sus raíces están en la misma investigación participativa que la antropología, desde su campo de conocimiento, ha reflexionado y definido con claridad.

EL DESARROLLO DE LAS EXPERIENCIAS

De este panorama surge un taller de diseño en fibras naturales. Fue un espacio académico que vinculó instituciones gubernamentales, no gubernamentales y la universidad. Tenía dos objetivos paralelos, un acercamiento y reconocimiento de primera mano de las realidades de las fibras en Colombia, mientras vinculaba a estudiantes con proyectos de diseño participativo con artesanos y agricultores de fibras en diversas regiones del país.

Como las fibras naturales no se encuentran en la ciudad, los estudiantes y profesores debíamos realizar un ejercicio de contextualización en el aula para posteriormente desplazarnos a las regiones y, en un ejercicio de inmersión, reconocer el territorio, la cadena productiva de la fibra en estudio y las realidades históricas, geográficas, ambientales, sociales y económicas que conforman el entorno de dicha fibra en su vinculación con los usos y aprovechamientos.

Este espacio debía a su vez permitir una profundización que enriqueciera el tema de las fibras y retroalimentar la pertinencia investigativa de los planteamientos realizados.

El segundo espacio fue la formulación de proyectos de investigación. Se inició con una temática que vinculara intereses sectoriales con los antecedentes investigativos de los profesores y la experiencia adquirida en los talleres de diseño del 2011. De este modo surgió un primer proyecto investigativo cuyo producto central fue un registro filmico de todas las regiones del país sobre la fibra de fique, del cual se condensó un documental de una hora y cinco minutos, cuya principal ganancia fue el conocimiento del sector a nivel nacional. Este proyecto permitió obtener la experiencia necesaria para conocer



Fig. 1. Plantación de fique (España Espinoza, 2013).

a los actores de la cadena, visualizar sus necesidades y prioridades, y plantear nuevas fases investigativas más coherentes, articuladas y de mayor beneficio.

Durante la realización del documental se recopiló material visual y entrevistas en al menos 20 predios de pequeños productores, en 5 departamentos del país, tan distantes, como la Guajira y Nariño. Ver figura 1, típico cultivo compacto de un pequeño productor colombiano.

UN BREVE RECORRIDO POR LO REALIZADO Y SUS METAS

A la fecha ya llevamos diez ediciones del taller de diseño en fibras naturales y producción local, lo que han permitido, a los profesores y estudiantes, trabajar e interactuar con cadenas productivas de fibras naturales, principalmente en fique, en más de seis departamentos distintos de la geografía nacional. Este taller ha realizado dinámicas de diseño participativo y socialización de resultados en Santander, Guajira, Boyacá, Cauca, San Andrés y Providencia, Antioquia, Cundinamarca, Tolima y Nariño. En estos talleres, y con el objetivo principal de lograr el intercambio de saberes, la academia del diseño

ha podido intercambiar conocimientos, con comunidades campesinas, indígenas, industriales, institucionales, etc., alrededor de las fibras, proponiendo productos y soluciones a los requerimientos sectoriales.

Este lugar de construcción de conocimiento ha sido un terreno fértil para que los estudiantes, una vez enfrentados a las realidades del país rural, propongan y construyan opciones contextualizadas e interesantes, a la vez que despiertan su sensibilidad por las necesidades rurales.

Con la excusa de obtener proyectos puntuales, se ha construido un lugar de intercambio de conocimientos conjuntos rico y diverso, muy superior en beneficios que los objetos o resultados. Se ha alimentado las iniciativas investigativas no solo de ideas, sino de estudiantes que, con la experiencia previa, son materia fortalecida para el semillero de investigación.

Todos los estudiantes del semillero asociado a las iniciativas investigativas han tenido una experiencia previa a través del taller diseño y se ha convertido en un prerrequisito para aquellos que se quieren vincular con el semillero de fibras naturales. Los estudiantes seleccionados para el semillero, tenían como requisito cursar el taller vertical. La experiencia en campo les da



Fig. 2. Estudiantes de diseño industrial al pie de la Sierra Nevada (España Espinoza, 2014).

una perspectiva más holística y completa de la realidad. En la figura 2 se observan estudiantes que visitaron cultivos en la parte baja de la Guajira y trabajaron con artesanos de la etnia Kankuama.

El taller sobre fibras naturales ha expuesto sus resultados en al menos una docena exposiciones abiertas, algunas en la universidad, otras en encuentros nacionales del sector del fique, otras en eventos de la alcaldía o de ministerios. Sus productos han participado en concursos y han sido reconocidos nacionalmente por diversas instancias e instituciones.

De aquel primer proyecto investigativo en el 2012, cuya recopilación filmica dio un amplio panorama sectorial, se ha desarrollado un proyecto de investigación más y actualmente se plantea su segunda fase. Todos estos proyectos se han dado a través de una cofinanciación y articulación con actores externos que patrocinan la investigación, la retroalimentan y participan en diferentes fases. El éxito de esta investigación aplicada ha estado

en parte en su articulación con los talleres de diseño que han permitido contar con una visión completa de las necesidades y prioridades de la cadena fiquera.

Todo proyecto cofinanciado es el reflejo de una conexión entre sus productos y resultados esperados con las necesidades del sector real. A continuación haremos un breve recorrido por estos proyectos y su conexión con el medio.

Durante la iniciativa investigativa, llamada *Análisis de caso del sello ambiental colombiano en el sector fiquero*, se lograron compaginar varios intereses. Para los investigadores se logró profundizar en el conocimiento del sector y sus características a nivel nacional, analizar las necesidades y detectar problemáticas, a la vez que se visualiza el impacto del sello ambiental colombiano y sus dos normativas en fique, lo cual fue una base de rico y abundante insumo para las siguientes investigaciones. El sector vio en el documental o material filmico un valioso resultado de difusión y conocimiento del sector, al punto que aportaron un cincuenta por ciento de los costos y han

sido parte activa en la visualización del resultado de la investigación, aportando un beneficio adicional al impacto investigativo.

De este documental y de la participación en los espacios de discusión sectorial sale un nuevo proyecto investigativo con un muy interesante alcance e impacto a futuro. El sector del fique depende principalmente de la extracción de fibra de la hoja de la planta, sin embargo, la mayor parte de la hoja no es fibra, solo un 4 a 5 % es fibra. Además, los principales potenciales se encuentran en los jugos, ricos en componentes activos aplicables en diversos productos, entre los cuales sobresalen los farmacéuticos por su alto valor en el mercado.

El sistema de extracción actual de la fibra es peligroso e ineficiente y no permite el aprovechamiento de los otros componentes de la hoja. Ante esta necesidad y con el apoyo del sector se inició el proyecto *Diseño de un prototipo funcional para la obtención de fibra, jugo y bagazo de la hoja de fique*. Nuevamente se trata de un proyecto cofinanciado en un porcentaje superior al 50 %, en este caso por Corpoica y el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. En este proyecto los investigadores ya estamos enfocándonos, a través del diseño, en el mejoramiento de las condiciones de vida y en la optimización productiva desde un enfoque ambiental, en un proyecto de alta interdisciplinariedad.

EL FUTURO Y DESAFÍOS

Tal como debe hacerse, en nuestra perspectiva, desde el 2011 hasta la fecha hemos construido los cimientos para intervenciones y acciones de diseño a corto, mediano y largo plazo, que desde lo investigativo nos están dando la madurez y capacidad para responder con mayor acierto a los desafíos cada vez mayores en nuestra área investigativa.

Se esta planteando una nueva fase investigativa que busca perfeccionar el prototipo anteriormente mencionado y diseñar nuevos componentes que garanticen un proceso menos riesgoso, más eficiente y con mejor manejo ambiental en el procesamiento de la hoja de fique.

Esto nos está dando una experticia en temas de desarrollo tecnológico aplicado al sector agrícola que nos permiten pensar en el fortalecimiento de otros sectores y eslabones de producción locales, rurales y sostenibles. Hoy en día podemos decir que somos un equipo investigativo con un claro norte sobre cómo aportar al mejoramiento del sector agrícola colombiano.

Para lograr lo anterior, uno de los principales retos es profundizar los procesos de transdisciplinariedad, superar la fragmentación social y académica de las disciplinas para visualizar y actuar en los contextos reales desde la complejidad y lo sistémico. Hasta la fecha hemos logrado éxitos muy significativos en interdisciplinariedad y

multidisciplinariedad. La transdisciplina la comprendemos como el conocimiento relacional complejo, abierto, vinculante y articulador de actores y profesiones, este es el objetivo general. Para lograr profundizar en procesos transdisciplinarios queremos ahondar en la participación circular de profesiones e instituciones. En los procesos investigativos, en el taller y los espacios de aula tenemos la intención de abrir la participación a otros programas académicos que, desde una mirada diferente, aborden y robustezcan el pensamiento de diseño en la acción.

El futuro del taller de diseño es seguir aumentando las opciones de intervención, la riqueza de los intercambios de saberes y lograr nuevos escenarios de encuentro y experimentación para el diseño participativo en territorios rurales. Se espera vincular más programas académicos.

Estamos planteando nuevos retos y metas. En el momento estamos planeando un encuentro de saberes con artesanos, en esta ocasión, en la universidad Jorge Tadeo Lozano. Es un ejercicio, hasta donde nosotros sabemos, inédito. Reuniremos artesanos de tres regiones, diferentes y muy distantes, con profesores y estudiantes durante toda una semana en un ejercicio de diseño participativo y de capacitación, donde cada comunidad tiene algo por enseñar y por aprender. El resultado será expuesto en la muestra que se prepara para el *Encuentro intergubernamental de fibras duras y afines* de la FAO (ONU) que se realizará este año en la Universidad Jorge Tadeo Lozano y cuya selección como sede no es un hecho fortuito, es resultado del trabajo realizado en el tema de fibras naturales. Cabe añadir que los proyectos de investigación también se visibilizarán en dicho encuentro, es un escenario que reúne delegaciones de diversos países y cuya finalidad es más política y económica que académica.

CONCLUSIONES

El diseño en Colombia debe mirar con más constancia y fortaleza hacia el campo, como sector que debemos apoyar.

La mirada transdisciplinar debe ser la meta de este tipo de espacios académicos que no solo deben aportar a los actores sociales vinculados, sino también a la academia desde reflexiones profundas de cómo vemos las profesiones y su acción en las realidades.

La conexión entre instituciones académicas, estatales y privadas, con proyectos donde «todos ponen» son el mejor mecanismo para concretar investigaciones y acciones de diseño donde se logra un impacto positivo.

La integración de estudiantes a diversas fases de la interacción con realidades externas permite conectarlos con la realidad e iniciar procesos de formación

investigativa desde la acción en campo.

El sector agrícola en Colombia es un eje esencial de cualquier proceso de paz, por lo tanto el diseño industrial debe ser un actor más activo en la construcción de un agro ambiental, equitativo, tecnológico, respetuoso de lo social y cultural.

Muchos de los malos pasos dados por el diseño en el sector agropecuario y artesanal son consecuencia de nuestro desconocimiento de los territorios y sus realidades.

El planificar intervenciones de largo alcance permite consolidar equipos investigativos con una completa y sólida experticia que, a su vez, alimentan cada nueva fase del desarrollo de un proyecto, en términos de mejores alcances, impactos más contundentes y logros más ambiciosos y pertinentes.

El diseño industrial en Colombia debe asumir un enfoque comprometido y compenetrado con el aprovechamiento sostenible de los recursos y con el mejoramiento de las condiciones de vida en entornos rurales. Desde este lugar debemos iniciar reflexiones latinoamericanas que fortalezcan al diseño desde un abordaje territorial local y regional, en los temas agropecuarios y rurales.

REFERENCIAS

- ARZOLA, N. (2011). *Metodología de diseño para ingeniería*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- CADENA productiva nacional del fique (2006). *Guía ambiental del subsector fiquero*. Bogotá, Colombia: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial.
- CERDA Gutiérrez, H. (2001). *Como elaborar proyectos. Diseño, ejecución y evaluación de proyectos sociales y educativos*. Bogotá, Colombia: Cooperativa Editorial del Magisterio.
- COLMENARES, A. M. (2012). Voces y silencios: *Revista Latinoamericana de Educación*, 3(1), 102-115.
- DIRECCIÓN de Desarrollo Sectorial Sostenible. (2006). *Guía ambiental del subsector fiquero. Cadena Productiva Nacional del Fique (Cadefique)*. Bogotá, Colombia: Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Recuperado de: http://www.agronet.gov.co/www/docs_agronet/2007222154336_GuiaAmbientaFiguera2006.pdf
- ESPAÑA, J., Romero, D., Rodríguez, J. (2015). *Diseño y desarrollo de un prototipo funcional para la separación de jugos, bagazo y fibra en el proceso de beneficio de la hoja de fique. Primer informe*. Bogotá, Colombia: Universidad Jorge Tadeo Lozano.
- GÓMEZ, M. y Vanegas, E. (2001). *Evaluación de la producción de esteroides a partir del jugo de fique con Cunninghamella spp.* Medellín, Colombia: Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín.
- LINARES, E., Galeano, G., García, N. y Figueroa, Y. (2008). *Fibras vegetales usadas en artesanías en Colombia*. Bogotá, Colombia: Artesanías de Colombia.
- MARTÍNEZ, A. y Caicedo, T. (2002). *Bioensayo de toxicidad de los jugos de fique en peces, en el municipio de Tambo (Nariño) (tesis de posgrado)*. Universidad El Bosque. Bogotá, Colombia.
- MATIRU, K., Osore, A. y Kamande, J. (2011). *Development of a sisal decorticator for small holder farmers/ traders: Redesign, fabrication and field testing*. Nairobi, Kenia: University of Nairobi.
- NARANJO Zúñiga, A. y Cortés Cantor, A. (2015). *Propuesta montaje experimental para probar rodillos de compresión como método para desfibrar fique cambiando parámetros de diseño: informe final*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- ORTHMAN Conveying Systems (2013). *Screw conveyor catalog & engineering manual*. Florida, EE. UU.
- PAPANÉK, V. (2014). *Diseñar para el mundo real*. Barcelona, España: Pol-len Edicions.
- PÉREZ del Río, R., Caballero, M. y Hernández, L. H. (2013). Diseño y construcción de una desfibrador de hojas de *Agave angustifolia* Haw. *Revista cuentas técnicas agropecuarias*, 22(4), 5-14.
- ROMERO, P. y Forero, J. (2004). *Tecnificación del cultivo e industrialización del jugo del fique. Mejoramiento del beneficio de la hoja del fique. Benefique. Informe final*. Ministerio de Agricultura y desarrollo rural. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- RÖSSEL, D., Ortiz, H. y Mayorga, E. (2003). Teoría funcional de una maquina desfibrador de lechuguilla (*Agave lechuguilla* Torr) de tipo tambor. *Revista Naturaleza y desarrollo*, 1(2).
- SAVGORODNY, V. K. (1978). *Transformación de plásticos*. Moscú, Rusia: Editorial Gustavo Gili.
- SCHUMACHER, E. F. (1973). *Lo pequeño es hermoso*. Madrid, España: Akal.
- SNYDER, B., Bussard, J., Dolak, J. y Weiser, T. (2006). A Portable Sisal Decorticator for Kenyan Farmers. *International Journal for Service Learning in Engineering*, 2, 92-116.
- ULLMAN, D. (2004). *The Mechanical Design Process*. Oregon, EE. UU.: Mc Graw Hill.
- ULRICH, K. y Eppinger, S. (2004). *Diseño y desarrollo de productos. Enfoque multidisciplinario*. México D. F.: McGraw Hill Interamericana.

POR Processo experimental de efeitos gráficos visuais.

ES Proceso experimental de efectos gráficos visuales

EN Experimental process for graphic visual effects

ITA Processo esperimentale di effetti grafici visuali

FRA Un processus expérimental d'effets graphiques visuels

Eunice Liu

Fábio Yam Gomes Liu

Processo experimental de efeitos gráficos visuais

EUNICE LIU

Doutor da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo.
E-mail: hello@euniceliu.com.br

FÁBIO YAM GOMES LIU

Mestre da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo.
E-mail: fabio.liu@yahoo.com

RESUMO (POR)

Processo experimental de projeto de design gráfico na geração e uso de efeitos gráficos visuais como linguagem de narrativa visual, representando, expressando e comunicando significados e conceitos abstratos. O percurso experimental permite realizar novas associações ou reinterpretar o existente e o uso de efeitos gráficos propõem interatividade com o leitor e enriquecimento de leitura e estímulo sensorial em narrativas visuais.

PALAVRAS CHAVE: Design gráfico, processo criativo, experimental, efeito gráfico

RESUMEN (ESP)

Proceso experimental de proyecto gráfico en la producción y uso de efectos gráficos visuales como lenguaje de narrativa visual, representando, expresando y comunicando significados y conceptos abstractos. El recorrido experimental permite realizar nuevas asociaciones o reinterpretar el existente y el uso de efectos gráficos proponen interactividades como el lector y el enriquecimiento de la lectura y estímulo sensorial en narrativas visuales.

PALABRAS CLAVE: Diseño gráfico, proceso creativo, experimental, efecto gráfico

ABSTRACT (ENG)

An experimental process of a graphic project for the production and use of visual graphic effects as language for the visual narrative by representing, expressing and communicating abstract meanings and concepts. The experimental trajectory allows for the creation of new associations or the reinterpretation of existing ones, and the use of graphic effects proposes interactivity for the reader, the enrichment of reading and sense stimulation in visual narratives.

KEYWORDS: Graphic design, creative process, experimental, graphic effect

RIASSUNTI (ITA)

Processo sperimentale di progetto grafico per la produzione e l'uso di effetti grafici visuali, tali come linguaggio di narrative visuali che rappresenta, esprime e comunica dei significati e dei concetti astratti. Il percorso sperimentale consente la realizzazione di nuove associazioni oppure nuove interpretazioni del percorso stesso; l'uso di effetti grafici propone al lettore una propria interazione, arricchisce la lettura e stimola i sensi per le narrative visuali.

PAROLE CHIAVE: Design grafico, processo creativo, sperimentale, effetti grafici

RÉSUMÉ (FRA)

Processus expérimental de projet graphique dans la production et l'utilisation d'effets graphiques visuels comme langage de narration visuelle, en représentant, exprimant et communiquant des sens et des concepts abstraits. Le parcours expérimental permet de réaliser de nouvelles associations ou de réinterpréter ce qui existe, et l'utilisation d'effets graphiques propose des interactivités avec le lecteur, l'enrichissement de la lecture et la stimulation sensorielle dans les récits visuels.

MOTS-CLÉS: Design graphique, processus créatif, processus expérimental, effet graphique



INTRODUÇÃO

Este artigo é uma documentação de projeto experimental desenvolvido pelos autores para a disciplina AUP5873 Processos experimentais e linguagem em design visual do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, ministrada pela Profa. Dra. Clíce de Toledo Sanjar Mazzilli no segundo semestre de 2014. A disciplina propôs como “objetivo o desenvolver estudos teóricos de práticos no campo design visual com ênfase nos procedimentos experimentais que promovam a articulação entre linguagens e dos vários elementos do design. O projeto é abordado como processo de construção de linguagem” (Mazzilli, 2014). O projeto consistiu na realização de experimentação gráfica trabalhando padrões, sobreposição – utilizando filtros transparentes – e suas relações de efeito e significado.

PROCESSO EXPERIMENTAL

Todo processo criativo pode ser considerado experimental, processos criativos pressupõem o percorrer de caminhos inusitados, um exercício investigativo, enriquecedor, olhares improváveis sobre algo. Segundo o neurocientista Ernst Pöppel, criatividade é a habilidade de adaptar conhecimento e experiências de várias áreas da vida e pensamento, interpretá-las de uma nova forma e assim romper com padrões de estrutura e pensamento existentes (Bilz, 2007). Em processos criativos o “conhecimento anteriormente possuído é a maior barreira para a exploração” (Mason, 2007), entretanto o processo criativo experimental pode estar ligado à reinterpretação do existente, e não exclusivamente à criação de algo completamente inédito, sugerindo releituras ou o estabelecimento de novas relações do conhecido, para a formação de novas idéias.

Desde Aristóteles, o pensamento lógico tem sido exaltado como a forma mais efetiva de usar a mente, mas não é de muita ajuda na geração de novas idéias. Você tem a chance de olhar as coisas de

ângulos diferentes se você manobra a mente como aquele pássaro australiano que - de acordo com Ripley - pode voar de cabeça para baixo e para trás. Virar os problemas de cabeça para baixo podem, frequentemente, convertê-los em soluções. (Fletcher, 2001)

Edward de Bono diz que se devem considerar as coisas não apenas naquilo que são, mas também no que poderiam ser. Em geral, a mesma coisa pode ser examinada sob muitos aspectos, e às vezes os pontos de vista menos óbvios vêm a revelar-se os mais úteis. Vale sempre a pena, quando se compreende uma coisa naquilo que ela é, aprofundar seu exame para ver o que poderia ser. (Munari, 2002)

Comumente, o processo criativo experimental pode distanciar-se do pensamento lógico-racional em um primeiro momento, pois se este costuma vincular-se à experiência pré-adquirida, ao conhecimento empírico de causa-consequência e êxito-falha, compreensivelmente evita aquilo que é considerado incerto. O pensamento lógico é pragmático, ligado à crítica, questiona o que é viável ou promissor. O processo experimental é, por sua vez, fruto de associações inusitadas, analogias improváveis, geração de relações novas. No entanto, o pensamento racional não está ausente neste processo, durante a experimentação, este, associado ao processo intuitivo, propõe caminhos, identifica estruturas já conhecidas ou mecanismos que se repetem entre um experimento e outro, padrões, estabelecendo vínculos e sistemas, avaliando objetivamente o subjetivo, realizando escolhas, sugerindo maneiras de relacionar, estruturar, compor, significar etc.

Ostrower cita um depoimento de Einstein em que ele afirma:

As palavras ou a língua, escrita ou falada, parecem não ter função alguma no mecanismo do meu pensamento. As entidades psíquicas servindo como elementos no meu pensamento, são certos signos e imagens mais

ou menos claros, que podem ser reproduzidos e combinados intencionalmente. Naturalmente há certa conexão entre esses elementos e conceitos lógicos relevantes. É claro, também, que o desejo de alcançar conceitos logicamente interligados constitui a base emocional desse jogo bastante livre (rather vague play) com os elementos acima mencionados. Contudo, do ponto de vista psicológico, esses jogos combinatórios parecem constituir o aspecto essencial do pensamento produtivo — antes que surja alguma ligação com construções lógicas verbais, ou outra espécie de signos que possam ser comunicados a outros. (Ostrower, 2012)

Em design gráfico, esse exercício desse jogo emocional de combinações logicamente relacionados pode ser fomentado por um repertório de soluções e estímulos visuais — resultante de um acumulativo e crescente registro — para, associando elementos familiares, criar novos significados, se permitindo duvidar de sistemas pré-concebidos para dar liberdade à criatividade. "Le Corbusier, na sua própria avaliação do Modulor, acrescenta esta nota final de precaução: "Eu me reservo o direito de, a qualquer tempo, duvidar das soluções proporcionadas pelo Modulor, mantendo intacta a minha liberdade, a qual depende mais da minha sensibilidade do que da minha razão" (Hurburt, 1986). "O método de projeto, para o designer, não é absoluto nem definitivo; pode ser modificado caso ele encontre outros valores objetivos que melhorem o processo" (Munari, 2002).

Entende-se que o conceito "criar" é um processo investigativo aberto, em que sensibilidade e razão cooperam pela via do conhecimento empírico sendo necessariamente experimental, "a atividade criativa consiste em transpor certas possibilidades latentes para o real" (Ostrower, 2012).

EXPERIMENTAÇÃO PROJETUAL

A partir da proposta de realização de um projeto experimental, os autores elegeram o universo familiar do design gráfico para exercício, e então, uma primeira questão enfrentada foi um campo com amplas possibilidades. Por um lado, o conceito experimental não está vinculado à alguma finalidade ou a obrigatoria materialização de um objeto já conhecido ou existente, e teoricamente, tudo pode ser feito ou considerado válido. Por outro lado, o pragmatismo do pensamento lógico-empírico intervêm, definindo conceitos e diretrizes tangíveis e praticáveis para o exercício experimental, propondo a realização e execução de soluções reais, não apenas conjecturas ou especulações. Muitos teóricos do processo criativo recomendam que o pensamento racional crítico permaneça em estado latente durante a

etapa inicial de concepção projetual. O racional, diante das possibilidades irrestritas formuladas pelo experimental, avalia contextos, estabelece um balanço entre possibilidades e restrições, para se alcançar respostas satisfatórias, adequadas, ideais em um contexto real, a uma questão proposta. No caso do projeto experimental realizado na disciplina, as limitações técnicas e contextuais temporais de um projeto disciplinar de um semestre, foram dados restritivos reais, por exemplo.

Considerou-se aspectos individuais dos autores para otimização do processo: habilidades, repertório e o próprio interesse sobre o projeto — considerando que este último é diretamente proporcional à qualidade do processo — para definição da diretriz do projeto: a realização de experimentações de linguagens gráficas com ênfase em relações de efeito. E a premissa do projeto foi realizar algo que fosse interativo com o usuário leitor, não o tornando um mero espectador de um processo finalizado fechado. Uma vez definida a diretriz, foi realizada pesquisa para reunir referências pertinentes ao escopo do projeto, e assim contemplar um panorama de exemplos do que já foi explorado neste campo. Reuniu-se livros e sites, analisados juntamente com o experimentos a seguir, que investigam efeitos gráficos como a sobreposição e movimentação de lâminas transparentes contendo hachuras, colorizações e formas de interação geradoras de efeitos dinâmicos. Conjuntamente, experimentou-se linguagens gráficas e, associado ao entendimento dos mecanismos trazidos pelos exemplos, buscou-se possibilidades híbridas — unir linguagens de projetos distintos para formar algo diferente.

Para o exercício da disciplina, nos experimentos propostos, considerou-se mais importante o processo investigativo de caráter experimental em si do que a originalidade conceitual exprimida. No entanto, apesar da ausência de um enredo pré-estabelecido, de uma narrativa contínua e da execução de cenas isoladas, a ênfase no processo e o estabelecimento de uma diretriz, foram promissores para a investigação e aprofundamento de possibilidades criativas do princípio estabelecido. A experimentação de dinâmicas de efeito, como hachuras sobrepostas, filtragem com filmes coloridos, dentre outros, favoreceu o conjecturar sobre atribuições semânticas dadas à visualidade, à linguagem gráfica, imbuindo intencionalmente poéticas relativas à forma e efeito.

O OLHAR

Inicialmente, no projeto experimental realizado, foram investigadas linguagens gráficas que trabalhassem efeitos visuais. Efeitos óticos são ocasionados pela relação entre

tudo o que enxergamos, afetando a nossa percepção das coisas, e possuem explicações fisiológicas de como definem nossa visão do mundo.

Nossos sistemas sensoriais são mecanismos biológicos úteis que nos fornecem indispensáveis e, geralmente, altamente confiáveis, informações sobre o nosso ambiente imediato e estado do nosso próprio corpo. No entanto, em alguns casos, nós experimentamos ilusões sensoriais, quando os veredictos dos nossos sentidos não concordam com medições físicas. Tais fenômenos são conhecidos desde a antiguidade e sempre despertaram interesse considerável e surpresa. Ilusões sensoriais não aparecem de forma aleatória, ao acaso, nem apenas a um conjunto restrito de indivíduos. Pelo contrário, é "normal" ter ilusões, e elas têm características regulares, legais. Portanto, o estudo de ilusões pode fornecer importantes insights sobre o funcionamento de nossos mecanismos de percepção. Fatos e teorias sobre ilusões são potencialmente relevantes para um conjunto diverso de disciplinas, da psicologia industrial e design a questões filosóficas sobre o conhecimento do mundo externo. (Todorović, 2014)

Os efeitos da visualidade são gerados por atributos da forma como cor, contraste, luminosidade, e relações estabelecidas entre elas como contraste, equilíbrio, arranjo, ritmo, proporção, escala e etc., articuladas pelo projeto, dando-lhes significados que despertam os sentidos de maneira mais ampla, como um veículo que exprime conteúdo, dá forma a conceitos abstratos, materializando-os.

EFEITOS GRÁFICOS

A partir da diretriz de experimentações de linguagens gráficas com ênfase em relações de efeitos visuais, foram levantadas referências, apresentadas a seguir, e desenvolvidos experimentos livres intencionando compreender e empregar a linguagem gráfica formal e semanticamente, sugerindo novos significados por meio da visualidade.

O processo experimental se iniciou de forma livre e intuitiva, rabiscando papéis com canetinhas coloridas, sobrepondo filtros de papel celofane translúcidos de várias cores, escrevendo textos coloridos, desenhando filtros vetorialmente usando ferramenta digital de desenho, explorando padrões mais ou menos regulares, sobrepondo e compondo desenhos, filtros, cores, transparências, formas, palavras, construindo um vocabulário visual. Por vezes, foram realizadas associações forçadas e aleatórias de elementos permitindo o surgimento de novos efeitos acidentais, processo que sugere abertura voluntária ao imprevisível e ao acaso com o intuito de suscitar o ocasionamento de novos efeitos que podem estar ocultos e inertes em processos com

estritas associações lógicas e sistemáticas dos efeitos óticos. Esta etapa, experimental, pode ser considerada uma extensão do pensamento criativo sobre analogia e associações improváveis que não necessariamente geram novas respostas, mas que possibilitam o surgimento de estímulos inusitados ou novos pontos de vista sobre algo que já aparenta estar saturado. "Às vezes, a solução de um problema de design requer a escolha de uma ou duas dentre centenas ou mesmo milhares de fotografias. Como na maioria das decisões do designer, essa escolha é em grande parte intuitiva, e difícil de explicar" (Hurburt, 1986).

Assim como existem frases confusas compostas por palavras que se prestam a mais que um significado, também existem comunicações visuais confusas, feitas por imagens pouco definidas de modo objetivo. Cabe então fazer um estudo sobre esse tipo de imagem, tendo em conta os valores expressivos contidos em cada imagem e a relação entre uma imagem e as outras ou entre uma imagem e as outras ou entre uma imagem o fundo no qual se encontra, como explicamos antes. [...] Quanto mais aspectos conhecemos da mesma coisa, mais a apreciamos e melhor podemos compreender a realidade que antes nos aparecia sob um único aspecto. [...] O conhecimento aprofundado de todos os aspectos de uma mesma coisa dá ao operador visual a possibilidade de usar as imagens mais aptas a determinada comunicação visual, até chegar à desejada ambigüidade de aparição de imagens da qual pode nascer um fato estético, como em certas poesias cujas palavras foram escolhidas expressamente com o fim de fornecer mais informações e despertar na mente do leitor antigas recordações da infância que se julgava esquecidas. (Munari, 2001)

Em design, não existe uma única resposta para uma questão, mas infinitas possibilidades, no entanto, existem respostas melhores comparativamente, que a são, por corresponderem mais fielmente ao sentido comunicado, por expressarem mais significado, por despertarem mais eficazmente os sentidos, por ampliarem a experiência dos sentidos, por gerarem uma poética mais bela, por exemplo. Relacionando o vocabulário das linguagens gráficas experimentadas construiu-se semântica e gramática visual.

Ainda que o processo experimental dos autores não possua uma hierarquia de etapas ou método transcritível, como uma sequência de etapas, podemos distinguir fases fundamentais em seu percurso: investigação de referências, conhecimento de efeitos, exercício de possibilidades híbridas, a fase mais subjetiva, essa, uma etapa póstuma, a percepção de um padrão ou lógica entre os resultados originados do processo. O resultado pôde ser analisado racionalmente, posteriormente, como descrito

a seguir. Na documentação procurou-se sistematizar os experimentos, que na prática, foram realizados simultaneamente e associadamente, durante o processo experimental.

EXPERIMENTO 1: FILTRO TRANSPARENTE COLORIDO

Sobrepondo filtros transparentes coloridos sobre outras cores, o filtro absorve e reflete determinadas cores do espectro de luz. A cor refletida é a que nos dá visibilidade da imagem. Este é a descrição do fenômeno físico que ocorre neste experimento. Visualmente, sobrepondo filtros transparentes coloridos sobre outras cores, ocorre somas e subtrações de cores, linhas, formas, imagens. As cores absorvidas pelo filtro são subtraídas da imagem sob o filtro e as cores refletidas, com efeito de soma a cor do filtro, permanecem visíveis (figura 1). O filtro vermelho, por exemplo, absorveu as tintas de canetinha cores laranja e rosa fluorescentes e escureceu a azul, no exercício realizado.

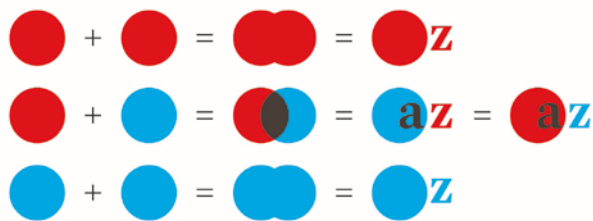


Fig. 1. Equação somando filtros transparentes coloridos com impressão em vermelho ou azul.

O efeito permite a composição de múltiplas cenas sobre um mesmo desenho, o desenvolvimento de uma narrativa, se apropriando do material que atribui significado semântico ao efeito de filtragem, como no livro *O Invisível*, de Alcides Villaça em que imagens aparecem e desaparecem ao longo do folhear das páginas e dos filtros vermelhos, configurando múltiplas cenas ao enredo (figura 2).

Na cena desenhada a seguir, de um casal, executada com traço gestual, usando caneta hidrográfica e empregando papel celofane vermelho como filtro (figura 3), buscou-se transmitir a sensação abstrata da ausência de uma pessoa amada que, de repente, parece se fazer próxima com a leitura de uma carta. O traço procura preservar a idéia de que a moça está sozinha, com algo em suas mãos que prende sua atenção. A remoção do filtro vermelho revela o desenho de um homem que fala ao seu ouvido, ao mesmo tempo que surge a frase “Uma carta sua”, também oculta pelo filtro. Essa ilustração procura

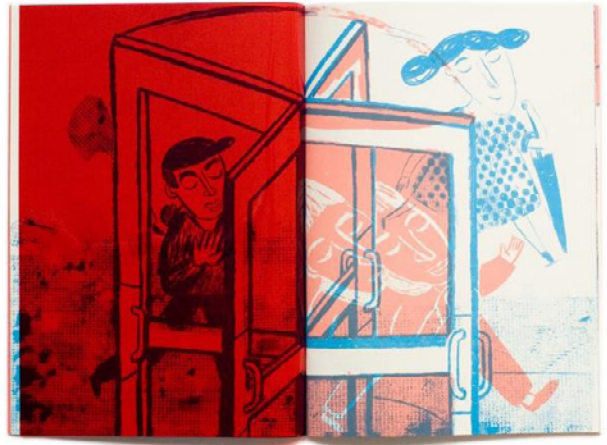


Fig. 2. Ilustração com filme transparente vermelho. Recuperado de «O invisível» de A. Villaça, 2011. São Paulo: Editora 34. Direitos autorais do ilustrador Andrés Sandoval (2011). Reproduzido com permissão.

estabelecer o conceito relativo de solidão e a alternância de um cenário melancólico, sugerido pelo filtro colorido intenso e um espaço sereno, pelo branco do papel.



Fig. 3. Experimento: Uma carta sua.

O efeito de filtragem é empregado também na obra *Versalius*, de Carnovsky, em que arte é impressa sobre fundo branco em RGB sendo as partes neutralizadas quando sob projeção da luz de mesma cor (figura 4). O autor trabalha com ilustrações de animais e plantas, do século XIX, construindo layers, e reunindo os elementos em categorias e provocando surpresa e sensação de profundidade. O processo requereu a realização de muitos testes para obtenção do resultado final. Na arte original existe sobreposição de desenhos ou seccionamento e intercalação das imagens mantendo suas morfologias. Em outras obras, o autor explora a simultânea projeção de luz, que, diferentemente da tinta impressa, provoca efeito aditivo de cor.

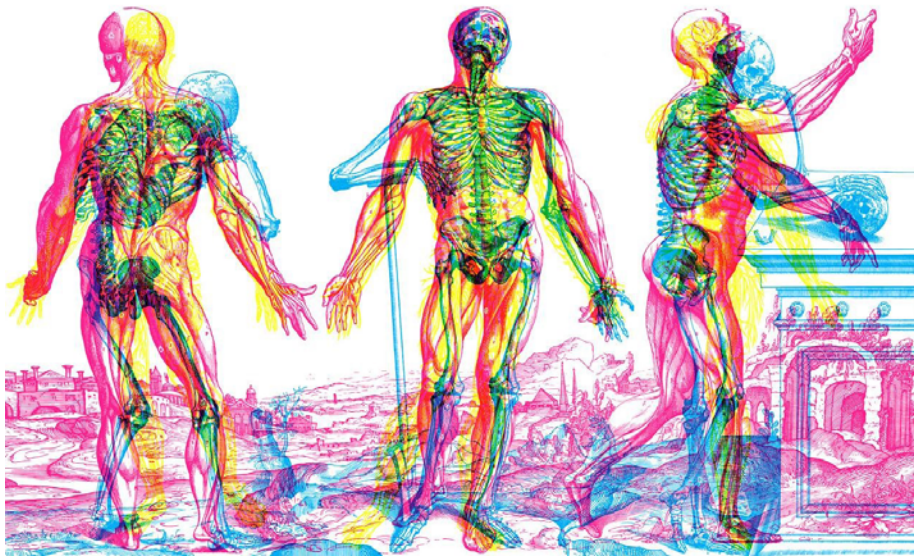


Fig. 4. Tríptico Vesalio de Carnovsky. Recuperado de «RGB Wallpapers» de Carnovsky (https://www.carnovsky.com/RGB_wallpapers.htm). Direitos autorais de Carnovsky (2010). Reproduzido com permissão.

EXPERIMENTO 2: FILTRO DE TRANSIÇÃO & COMPOSIÇÃO

Empregando o efeito de filtragem, de adição de subtração de imagem, descrito anteriormente, experimentou-se usar um filtro bicolor vermelho e azul, e se apropriar da movimentação dele sobre imagens para compor narrativas e representar conceitos, a este denominou-se filtro de transição. Na cena apresentada (figura 5), em um primeiro momento, o filtro vermelho permite a visibilidade apenas do céu e, ao mover o filtro sobre a arte, surge um elemento surpresa, a nadadora, como que originária do fundo celeste que, ao mesmo tempo, representa a sensação de liberdade do ato de nadar. O filtro de transição é empregado como um

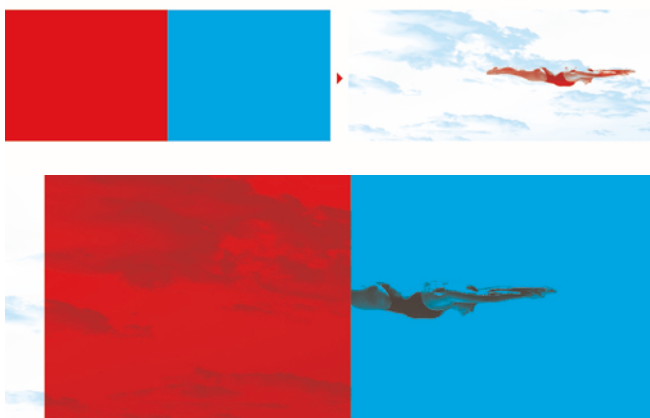


Fig. 5. Filtro de transição sobre imagem fotográfica. (Liu & Liu, 2015)

elemento de composição que dinamiza a composição e na cena em que a nadadora aparece, a porção azul remete às águas.

Realizaram-se também experimentos dinâmicos com o filtro bicolor, usando imagens fotográficas, desenhos e palavras. No jogo de palavras, elegeram-se palavras com alguma relação de sentido e que possuísem raiz ou sufixo semelhantes, eventualmente com significado próprio, para movimentação do filtro sobre a tipografia e transição de significado (figura 6). Intentou-se jogar com elementos gráficos pictóricos associados ao texto também (figura 7).



Fig. 6. Filtro de transição sobre palavras, dos autores.

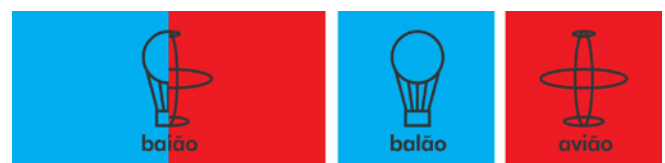


Fig. 7. Filtro de transição sobre imagens e palavras.

EXPERIMENTO 3: FILTRO BINÁRIO

Sobrepondo um filtro hachurado sobre um desenho seccionado e intercalado na modulação da hachura, o movimento do filtro alterna revelando uma e outra imagem (figura 8). Um efeito simples que, com a dinâmica de movimentação do filtro, revela elemento surpresa, a letra a e a imagem de uma abelha. Denominou-se o filtro de binário, pelas duas composições que ele expõe.

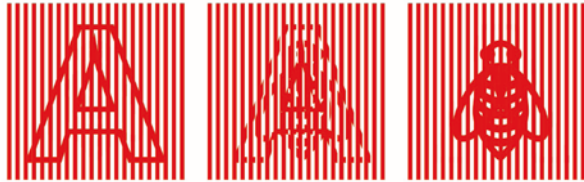


Figura 8. Filtro hachurado binário sobre desenho bi-seccionado.

No livro *Assim ou Assado* de Dobroslav Foll, o filtro é empregado diagonalmente, e semelhantemente, compõe transição binária, propondo relação associativa formal entre os objetos representados, como a semelhança circular entre lentes de óculos e rodas de bicicleta (figura 9). O efeito do uso do filtro diagonalmente desfaz um pouco a rigidez da ortogonalidade e associado ao efeito formal, acrescenta graça à representação de significado. Uma pequena modificação de forma, muda a percepção e efeito sensível provocado por ela.

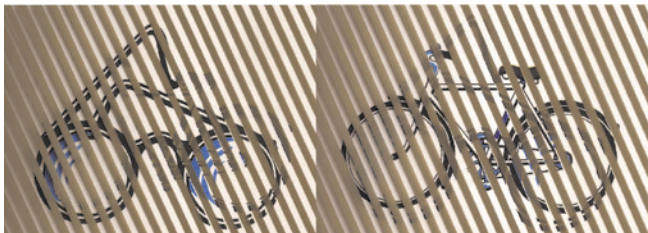


Fig. 9. Filtro hachurado binário diagonal. Recuperado de «*Assim ou Assado?*» de D. Foll. São Paulo: Cosac Naify.

Secionando uma imagem em modulações menores, múltiplas da modulação da hachura do filtro, o movimento do filtro pode simular um dinamismo, movimento, como utilizado por Rufus Butler Seder, no livro *Gallop*, em que o

cavalo é partido em múltiplos quadros, produzindo efeito de animação ao movimentar o filtro sobre o desenho (figura 10).

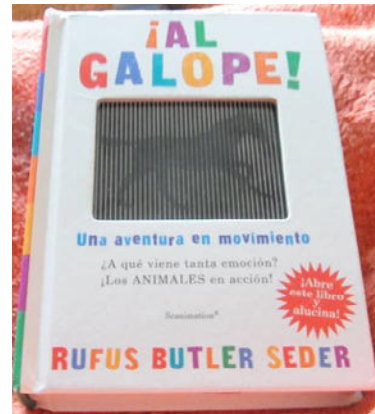


Fig. 10. Filtro hachurado sobre desenho multi-seccionado. Recuperado de «*Scanimation | ¡Al Galope! on Vimeo by Cristian Eslava*» de Cristian Eslava, 2010. (<https://www.flickr.com/photos/ceslava/4526618222/>). Licença Creative Commons 2.0.

EXPERIMENTO 4: LINGUAGEM GRÁFICA

Fig. 11. Linguagens gráficas de representação.

Foram desenvolvidos desenhos em traço – caneta hidrográfica de variadas cores e espessuras – desenho-vetor – desenho com caneta digital –, vetor (mais geométricos), e foram usadas fotografias. Experimentando linguagens e composições aleatórias, percebeu-se que diferentes linguagens gráficas, resultam em diferentes percepções da composição, de uma narrativa ou do conceito apresentados. A percepção visual relaciona-se não somente aos efeitos gráficos causados, fenômenos físicos ou de percepção, por exemplo, mas também à forma material de representação, que está relacionado ao desenho da forma, e também à ferramenta que o produz. Como no exemplo anteriormente apresentando, há uma quebra de rigidez simplesmente com a rotação do padrão do filtro. Formas ortogonais ou gestuais em desenhos produzem sensações e expressam conceitos abstratos

diferentemente. A naturalidade e suavidade de um traço feito à mão transparece na composição assim como o conceito de ordem em um desenho vetorial cartesiano, por exemplo. Essa constatação levou os autores a trabalhar esses efeitos de linguagem relacionado ao sentido das composições.

EXPERIMENTO 5: RELAÇÕES

Procurando estabelecer múltiplas relações de linguagem, forma, cor entre as cenas binárias, por exemplo, experimentou-se por exemplo, ocultar a imagem do filtro hachurado binário, fundindo-o ao fundo da imagem, pelo uso de uma mesma cor, suavizando a forte marcação das hachuras e sua interferência na imagem. Ou, inversamente, gerar desenhos formalmente semelhantes à ortogonalidade da hachura, de forma a encontrar entre o elemento filtrante e a arte, harmonia e unidade (figura 12). Esse exercício foi importante para a ampliação de possibilidades de linguagem ocasionada por um tipo determinado de efeito.

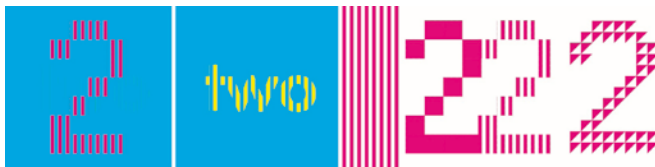


Fig. 12. Associação entre linguagem gráfica de filtro e desenho.

EXPERIMENTO 6: PADRÕES

Trabalhando a relação da forma de sobreposição e da arte, buscou-se coerência e equilíbrio formal e conceitual. Ostrower afirma que:

A forma é o modo por que se relacionam os fenômenos, é o modo como se configuram certas relações dentro de um contexto. (...) A forma será sempre compreendida como a estrutura de relações, como o modo por que as relações se ordenam e se configuram.” (Ostrower, 2012).

Neste experimento destacou-se o uso da hachura como alusão gráfica contextual – as hachuras buscam sugerir as ondas do mar, variou-se o desenho do padrão de filtragem, dando sentido à forma e cor da hachura binária (figura 13).

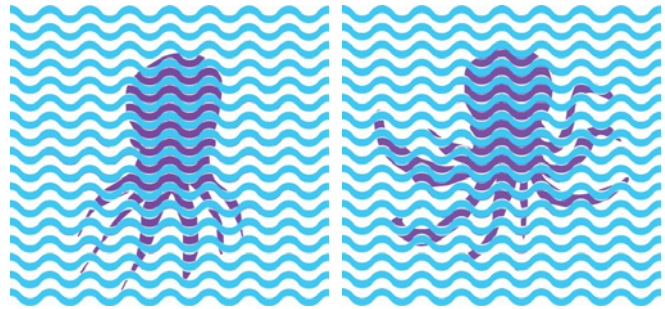


Fig. 13. Filtro ondas do mar.

EXPERIMENTO 7: MOVIMENTO

A experimentação de variação formal de filtros, sugeriu um caminho gráfico com a possibilidade de fluidez na movimentação do filtro em qualquer sentido, diferente da movimentação ortogonal para a visualização de sequências de imagens. Além da associação às ondas pela forma e cor, o filtro ocasionou efeito cinético de composição que sugere o movimento das águas (figura 14). Outros elementos do desenho gestual a traço, como as nadadeiras, toucas e maiôs dos nadadores, foram preenchidos com a mesma hachura do filtro, em angulações e cores diferentes, acrescentando outras frequências visuais durante a movimentação à composição.

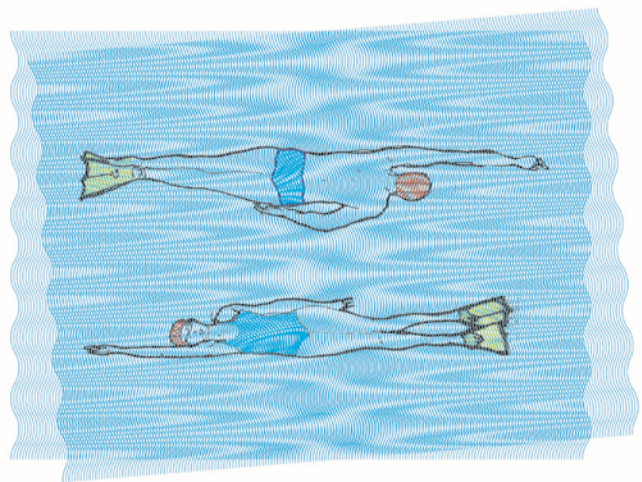


Fig. 14. Filtro nadadores.

EXPERIMENTO 7: EFEITO ÓTICO DINÂMICO

O efeito ótico ocasionado no experimento anterior é chamado de efeito moiré.

Em matemática, física e arte, um padrão moiré (/mwæɪ /; francesa: [mwɑʁe]) é um padrão sobreposto secundário e visualmente evidente criado, por exemplo, quando dois padrões idênticos (geralmente transparentes), em uma superfície plana ou curva (tais como linhas retas traçadas proximamente irradiando a partir de um ponto ou assumindo a forma de um gride), são sobrepostos quando deslocados ou rotacionados a uma pequena distância um do outro.” (Wikipedia, 2014) (figura 15).

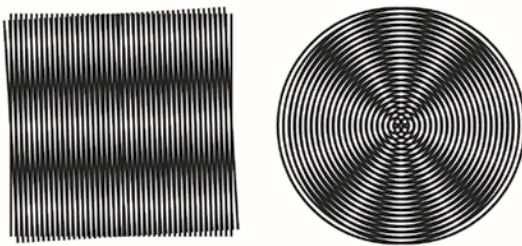


Fig. 15. Efeito moiré.

O efeito é bastante explorado na obra de referência Poemotion, de Takahiro Kurashima, denominada por alguns como arte interativa (figura 16). As composições provocam efeitos visuais, movimento e também pensamentos, sentimentos e emoção. O autor procura desenhar um poema que provoca emoção, como descreve o título da obra. Nesta obra o autor experimenta formas geométricas em sua composições, escala, rotação e espelhamento. Em um volume sequencial, Poemotion 2 (figura 17), o autor adiciona cor ao jogo, produzindo efeitos intensos de vibrações e giros.

As formas são posteriormente nomeadas pela similaridade de efeito com algum elemento familiar ao movimento, como por exemplo, um florescimento de um botão. Esta relação é interessante por associar a visualidade, a linguagem gráfico a uma similar correspondente da realidade visível que por sua vez está associado a um conceito abstrato, provocando os sentidos. O autor também realiza o processo inverso, como por exemplo, gerar um padrão a partir do ângulo áureo de um girassol para produzir um movimento com a sobreposição do filtro.



Fig. 16. Poemotion, de Takahiro Kurashima. Recuperado de «“I want to make books like stones, leaves or shining stars” – Takahiro Kurashima» de Storyscapes. The first Romanian association focussing transmedia storytelling and interactive naratives, 2013. (<https://storyscapes.wordpress.com/2013/03/10/takahiro-kurashima-i-want-to-make-books-like-stones-leaves-or-shining-stars/>). Direitos autorais de Takashiro Kurashima (2012). Reproduzido com permissão.



Fig. 17. Poemotion 2, de Takahiro Kurashima. Recuperado de « Takahiro Kurashima» de LarsMüller Publishers, 2017. (<http://www.lars-mueller-publishers.com/en/catalogue-design/poemotion>).Direitos autorais de Takashiro Kurashima (2013). Reproduzido com permissão.

Kurashima afirma ter se inspirado na obra *see saw* (figura 18), de Hans Knuchel e Jürg Nänni, publicada por Lars Müller Publishing House em 1994. O livro vinha com um filtro, um óculo 3D e um espelho. Segundo ele, as imagens estáticas eram belas, as mudanças dramáticas, provocadas com surpresa pelo filtro, e o dinamismo, movimento ocasionado. Foi inovador pela sugerida interatividade com o leitor.

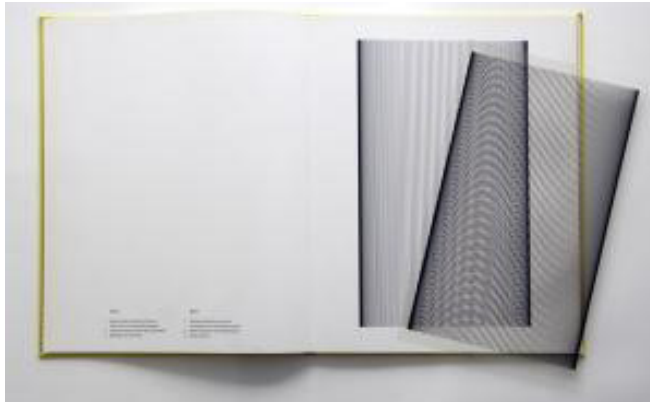


Fig. 18. *Seesaw*, de Hans Knuchel e Jürg Nänni. Recuperado de «I want to make books like stones, leaves or shining stars» – Takahiro Kurashima» de Storyscapes. The first Romanian association focussing transmedia storytelling and interactive naratives, 2013. (<https://storyscapes.wordpress.com/2013/03/10/takahiro-kurashima-i-want-to-make-books-like-stones-leaves-or-shining-stars/>). Direitos autorais de Takashiro Kurashima (2012). Reproduzido com permissão.

Outra obra que ispirou o autor foi o filme *Flatland*, de Edwin Abbott Abbott, produzido em 1884, um jogo de formas bidimensionais associando elementos reais, representando personagens, ideologias, atitudes, sensações, pela narrativa verbal feita com variedade de timbres e vozes. Apesar de não apresentar exatamente efeitos gráficos produzidos por elementos estáticos, é rico em relações dinâmicas entre visualidade e abstração, também investigados nos exercícios experimentais realizados. A mídia também permite o estabelecimento de relações entre estes elementos e a sonoridade.

Experimentou-se realizar composições relacionando o efeito moiré à materialidade do elemento água, por sugestão do efeito que possui alguma semelhança com o tensionamento e movimento da superfície da água. Na figura 19, o desenho dos peixes é percebido pela relação entre cheios e vazios no desenho, estes não possuem contorno completo.

Uma dez três demonstrações sobre percepção visual, feitas por Gaetano Kanizsa do Instituto de Psicologia da Universidade de Trieste, mostra com grande evidência como o olho humano percebe um

conjunto de formas e tende a completá-lo com ligações imaginárias para dar unidade aos pedaços isolados espalhados. (Munari, 2002)

Os peixes estão escondidos na mesma hachura do filtro na camada impressa, que sobreposta, oculta e revela-os, como quando se observa peixes na água e o reflexo da luz superfície ocasionalmente impede a visualização do que está abaixo da superfície. Quando o filtro é posicionado centralizado à arte, se observa apenas o que seria a superfície da água. Neste caso, apropriou-se da materialidade do efeito como elemento gráfico e semântico. O filtro não é somente externo a narrativa, como o filtro hachurado que funciona como um instrumento de transição, faz parte da composição, é a própria ilustração.

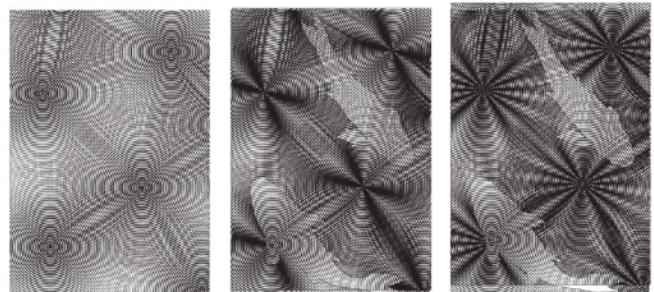


Fig. 19. Peixes.

Na figura 20, o filtro gera efeitos diferentes em composição com o padrão do fundo e com os guarda-chuvas. Neste caso, também apropriou-se do efeito ocasionado pelo efeito para associá-lo ao fenômeno que sua materialidade sugeriu, como o tensionamento, gotejamento, movimento do elemento água. Nesta cena de visualização de topo, indivíduos trafegam com ou sem guarda-chuvas debaixo de uma chuva que é percebida pelo efeito dinâmico da linguagem gráfica.

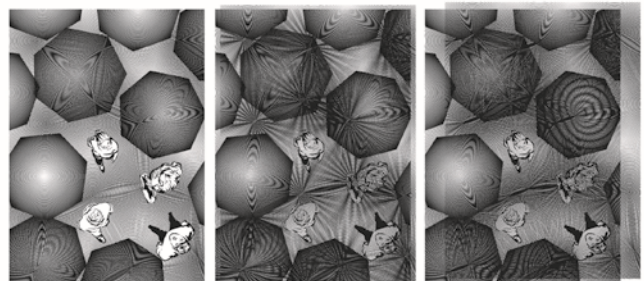


Fig. 20. Dia chuvoso.

Experimentando padrões, traços e desenhos que representassem outro tipo de efeito ótico com associação ao movimento de águas, um padrão de linhas simples moduladas em comprimentos diferentes, empregado horizontal e verticalmente, procurou ocasionar o efeito e o fenômeno de movimento das águas, construindo um panorama às cenas de um homem solitário em um barquinho em alto-mar e um homem caminhando na chuva sob guarda-chuva cruzando com uma mulher desabrigada.

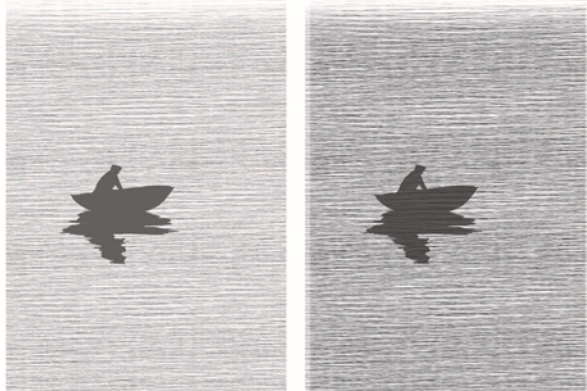


Fig. 21. Solidão.

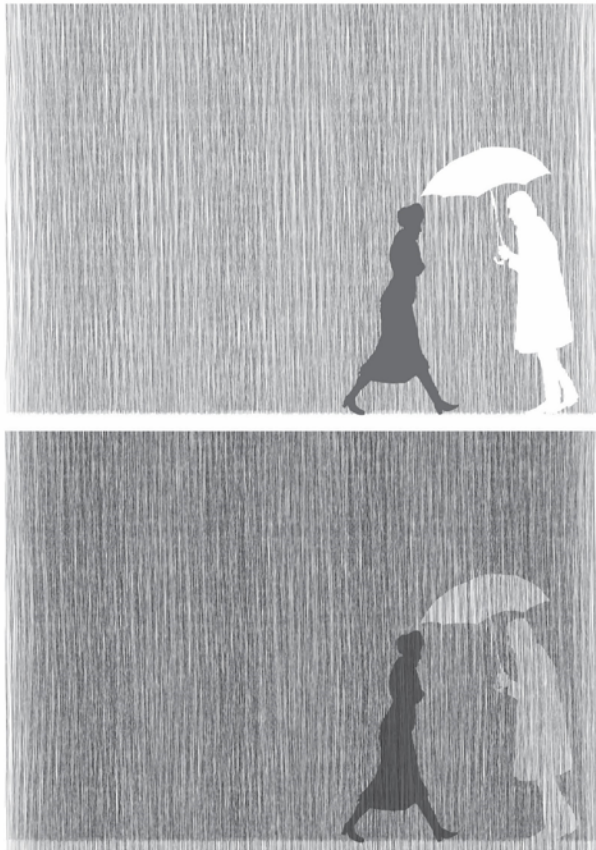


Fig. 22. Cruzamento.

REFLEXÕES

Evidencia-se durante o processo a tentativa de atribuir à narrativa visual sensações abstratas como liberdade, solidão, melancolia, serenidade etc. Curioso como estes conceitos são sugeridos por efeitos dinâmicos, que se distanciam do efeito obtido pelos experimentos cinéticos de Gallop! que sugere um dinamismo vibrante. Assim, conclui-se que a principal intenção do projeto foi reinterpretar esses efeitos de modo a não funcionarem simplesmente como ilusões ópticas, mas que pudessem expressar pela associação dos efeitos às formas, transmitindo conceitos e gerando narrativas por meio de uma única imagem.

Fletcher cita o que considera alguns atributos da criatividade “desafiar suposições, ser receptivo a novas idéias, reconhecer semelhanças e diferenças, fazer conexões improváveis, assumir riscos, basear-se em idéias para gerar melhores idéias, olhar para as coisas de novas maneiras, aproveitar-se do inesperado, ter chances” (Fletcher, 2001).

Levitin afirma que “um mistério não foi resolvido: o do cérebro humano e a forma como dá origem a pensamentos e sentimentos, esperanças e desejos, ao amor e à experiência da beleza” (Levitin, 2011). Tornou-se evidente que a visualidade traduz mais do que um efeito ótico em si, mas associado a narrativas visuais mais elaboradas, como construção de um personagem, ambientação e história, materializa sensações e experiências. Hurburt afimar que “A não ser que um estímulo visual produza uma reação - emocional ou intelectual -, não se pode dizer que tenha havido uma efetiva comunicação.” (Hulburt, 1986)

Percebeu-se também, além do aspecto gráfico, como os diversos autores manifestam suas intenções nas obras por meio dos recursos gráficos, relacionando significado e forma significativa. A forma é incorporada de significado intangível que perpassa a visualidade instigando sensações e sentimentos, podendo ser trabalhada, no design gráfico, de modo a “desenhar poesias”.

REFERÊNCIAS

- BACH, M. (s. f.). Visual Phenomena & Optical Illusions. Recuperado de <http://www.michaelbach.de/ot/>
- BILZ, S. (2007). The Little Know-It-All: Common Sense for Designers. Berlim: Gestalten.
- BLELB. The visual perception lab (200-2006). Blelb sports. Recuperado de http://www.blelb.ch/blelbspots_en.html
- CARNOVSKY (2010). RGB Wallpapers. Recuperado de https://www.carnovsky.com/RGB_wallpapers.htm
- CLICE de Toledo Sanjar Mazzilli (2014). Programa da disciplina processos experimentais e linguagem em design visual. São Paulo.

- ESLAVA, C. (2010). Scanimation | ¡Al Galope! on Vimeo by Cristian Eslava. Recuperado de <https://www.flickr.com/photos/ceslava/4526618222/>
- FLETCHER, A. (2001). The art of looking sideways. Londres: Phaidon.
- FOLL, D. (2011). Assim ou Assado? São Paulo: Cosac Naify.
- HURBURT, A. (1986). Layout: o design da página impressa. São Paulo: Nobel.
- KITAOKA, A. (2002). Akiyoshi's illusion pages. Recuperado de <http://www.ritsumei.ac.jp/~akitaoka/index-e.html>.
- LARSMÜLLER Publishers (2017). Takahiro Kurashima. Recuperado de <http://www.lars-mueller-publishers.com/en/catalogue-design/poemotion>
- LEVITIN, D. (2006). A música no seu cérebro. Rio de Janeiro: Civilização brasileira.
- MASON, D. (2007). Materials, Process, Print. Londres: Laurence King Publishers.
- MUNARI, B. (2001). Design e Comunicação Visual. São Paulo: Martins Fontes.
- MUNARI, B. (2002). Das coisas nascem coisas. São Paulo: Martins Fontes.
- OSTROWER, F. (2012). Criatividade. Petrópolis: Editora Vozes.
- PAPERS and conferences (19 junio 2014). Papers. Recuperado de <http://www.psy.ritsumei.ac.jp/~akitaoka/resdown.html>
- SEDER, R.F. (2007). Gallop! New York: Workman Publishing Company
- STORYCAPES. The first Romanian association focussing transmedia storytelling and interactive naratives (2013). "I want to make books like stones, leaves or shining stars" - Takahiro Kurashima. Recuperado de <https://storyscapes.wordpress.com/2013/03/10/takahiro-kurashima-i-want-to-make-books-like-stones-leaves-or-shining-stars/>
- TODOROVIC, D. (2014). Introduction to the special issue on visual illusions. Psihologija, 47(3), 283-286 UDC 159.937.3.07.).
- VILLAÇA, A. (2011). O invisível. São Paulo: Editora 34
- WIKIPEDIA (2018). Moiré pattern. Recuperado de http://en.wikipedia.org/wiki/Moir%C3%A9_pattern

Reseña

**Goyes Narváez, Julio César, La
mirada espejeante. Análisis textual
del film El espejo (1974), de Andréi
Tarkovski**

Lorenzo Torres Hortelano



ACTIO 01 / 2017
Journal Of Technology
in Design, Visual Arts &
Communication



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

- ES** Goyes Narváez, Julio César, *La mirada espejeante. Análisis textual del film *El espejo* (1974), de Andréi Tarkovski*
- EN** Goyes Narváez, Julio César, *The mirroring look. Textual analysis of the film *The mirror* (1974) of Andréi Tarkovski*
- ITA** Goyes Narváez, Julio César, *Lo sguardo scintillante. Analisi testuale del film *Lo specchio* (1974) Andréi Tarkovski*
- FRA** Goyes Narváez, Julio César, *Le regard miroitant. l'analyse textuelle du film *Le Miroir* (1974) d'Andrei Tarkovski*
- POR** Goyes Narváez, Julio César, *O olhar cintilante. Análise textual do filme *O espelho* (1974) de Andréi Tarkovski*

Lorenzo Torres Hortelano

Reseña: Goyes Narváez, Julio César, *La mirada espejeante. Análisis textual del film El espejo (1974), de Andréi Tarkovski*

LORENZO TORRES HORTELANO

Doctor en Comunicación Audiovisual. Profesor Titular Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, España.

E-mail: lotoho@gmail.com



LA MIRADA ESPEJEANTE. Análisis textual del film *El espejo de Andréi Tarkovski (2016)* es el resultado de una extensa investigación académica que resultó en la defensa de la tesis doctoral homónima en 2014. En su momento formé parte del tribunal académico que juzgó esta tesis y que mereció unánimemente la calificación más alta en el sistema universitario español, la de *Sobresaliente Cum Laude* (defendida en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense y dirigida por el catedrático de dicha universidad, Jesús González Requena). Este origen híbrido se calibra a menudo negativamente, pero en este caso pienso que es valioso e imprescindible que demuestra el trabajo continuado y valioso de su autor, Julio César Goyes Narváez, a lo largo de un laborioso y provechoso —por mor de los resultados— periodo de profunda inmersión en el objeto de análisis, que es también, como describiré más abajo, un proceso de acercamiento poético —y no solo porque Goyes sea un poeta de valía, hecho que se percibe en su estilo de escritura— o incluso amoroso, como afirma González Requena en la «Presentación».

Otra preocupación generalizada en el campo de la edición de libros en general es que se suele pensar con desconfianza acerca de un libro cuyo origen sea una tesis doctoral, ya que hay prejuicios calificados con lugares comunes del tipo «será un ladrillo», «interesará solo a los expertos», o «se publica para engordar el currículum». Mi opinión es que nada de esto se da en este caso concreto, pues su seriedad científica, su calidad literaria o poética, y su honestidad se cumplen con creces. De hecho, en la misma línea prejuiciosa, suele aconsejarse al novel doctor que «resuma el libro» para hacer más amena la lectura. De manera especial, «elimine la metodología, pues no va a interesar al lector medio». Afortunadamente, quizá debido a la madurez tanto física como intelectual del autor, esta imprescindible parte de desarrollo teórico se ha mantenido en el libro y solo podemos corresponder a

Goyes con una lectura atenta por la valentía e inteligencia por haberla mantenido en la versión final, pues ayuda a entender tanto la metodología empleada, de la que enseguida hablaré, como su aplicación al análisis fílmico.



Fig.1. Julio César Goyes Narváez, VGIK, Moscú, 2017.

En concreto, Goyes analiza en profundidad uno de los filmes más representativos del que es, a su vez, uno de los más importantes directores cinematográficos de la historia del cine. Para ello, el investigador aplica el método de análisis textual desarrollado por González Requena y su grupo de investigación *Trama y Fondo* (www.tramayfondo.com), que ha trabajado la llamada teoría del texto. Este grupo de investigación cumplió en el año 2016 sus veinte años de existencia, que pudieron celebrarse en la sede de la editorial que edita su obra, la Universidad Nacional de Colombia, con motivo del VIII Congreso Internacional de Análisis Textual «Infancia y violencia: escenas de un drama». Su temática entronca, sin duda, con *Zerkalo-El*

espejo, pues uno de sus protagonistas es el niño Filipp-Ignat y una de sus tramas principales tiene que ver con un aborto. El tema preciso escogido por el investigador es la representación en el film de lo que ha denominado «mirada espejeante», que ha sabido desarrollar con maestría y originalidad. Ofrece, hasta donde llego, una de las investigaciones sobre la obra de Tarkovski más interesantes en la literatura académica al respecto, al tiempo que muestra la potencia analítica de la teoría del texto citada. En esa propuesta o hipótesis de la mirada espejeante ya se muestra el acercamiento poético citado, el cual es un lenguaje del que está impregnado la película, pues, como afirma Goyes en el arranque del análisis del film, «El relato no narra trayecto alguno, sino que acontece poéticamente por asociaciones, pivota en espejo prolongando el cierre indefinidamente».

Como nos recuerda Goyes, este profundo y exhaustivo análisis textual lo es sobre una de las películas tarkovskianas menos analizadas, de uno de los directores con más personalidad —y de los más herméticos— de la historia del cine mundial, al punto de que es la primera vez que se ha escrito un análisis completo en español de la película. Esto da cuenta de la necesidad y la originalidad de este ensayo y es uno de los motivos principales de la pertinencia de su publicación. Sin embargo, esta novedad se nos antoja insuficiente para sopesar su importancia. En este sentido, otro elemento significativo es la aplicación, muy pertinente, que Goyes realiza del análisis textual para dar cuenta de la potencia de la teoría del texto, al tiempo que hace avanzar esta teoría en su aplicación práctica.

Otros valores destacables de este libro tienen que ver con su acentuado atractivo visual, pues aporta decenas de fotogramas, tanto del film analizado como de otros con los que el autor hace dialogar al primero. Esto hace que su lectura sea no solo amena y fluida, sino que, sobre todo, se refuerce la coherencia de su análisis, ya que provoca que las imágenes hablen y que podamos dialogar con ellas como lectores, dejando que sean estas, mediante su interpelación ajustada y precisa, las que se expliquen. En este sentido, hay que felicitar y agradecer a la editorial de la Universidad Nacional de Colombia, pues nos ofrece una edición de auténtico lujo, con fotogramas a todo color e impresas en alta calidad.

Además, el autor nos introduce en un texto más amplio que la sola película, lo que podríamos denominar el texto Tarkovski, autobiográfico y fílmico, el cual es presentado igualmente de forma muy coherente, pues *El espejo* es un film trufado de elementos autobiográficos en la propia materia del texto, por ejemplo, al utilizar la voz en *off* real del padre. Para ello, el autor peina toda la filmografía tarkovskiana en busca de elementos textuales, como el propio espejo, la infancia, el simbolismo del agua y el

fuego, y otros, que dan cuenta del lugar central de este film concreto en la obra de Tarkovski y que da más valor, si cabe al libro de Goyes.



Fig. 2. Carátula del libro *La Mirada Espejeante*.

Por último, pero no menos importante, pues seguramente es el elemento más original de este libro —y que convierte a su autor en un referente mundial a la hora de analizar no solo *El espejo*, sino toda la obra del director ruso—, es su conclusión acerca de que esa mirada espejeante surgiría no solo del film analizado, sino que sus reflejos estarían presentes en toda su obra. Por tanto, este film es el gozne o espejo, en sentido genealógico, de toda su obra, no solo por la posición central que ocupa (la cuarta, si contamos solo los largometrajes, de sus ocho películas), sino también porque realmente supone, como afirma Goyes, una recensión de su cine anterior y una promesa del que estaría por venir, actuando y siguiendo uno de los presupuestos centrales de la teoría del texto, como punto de ignición del texto Tarkovski.

