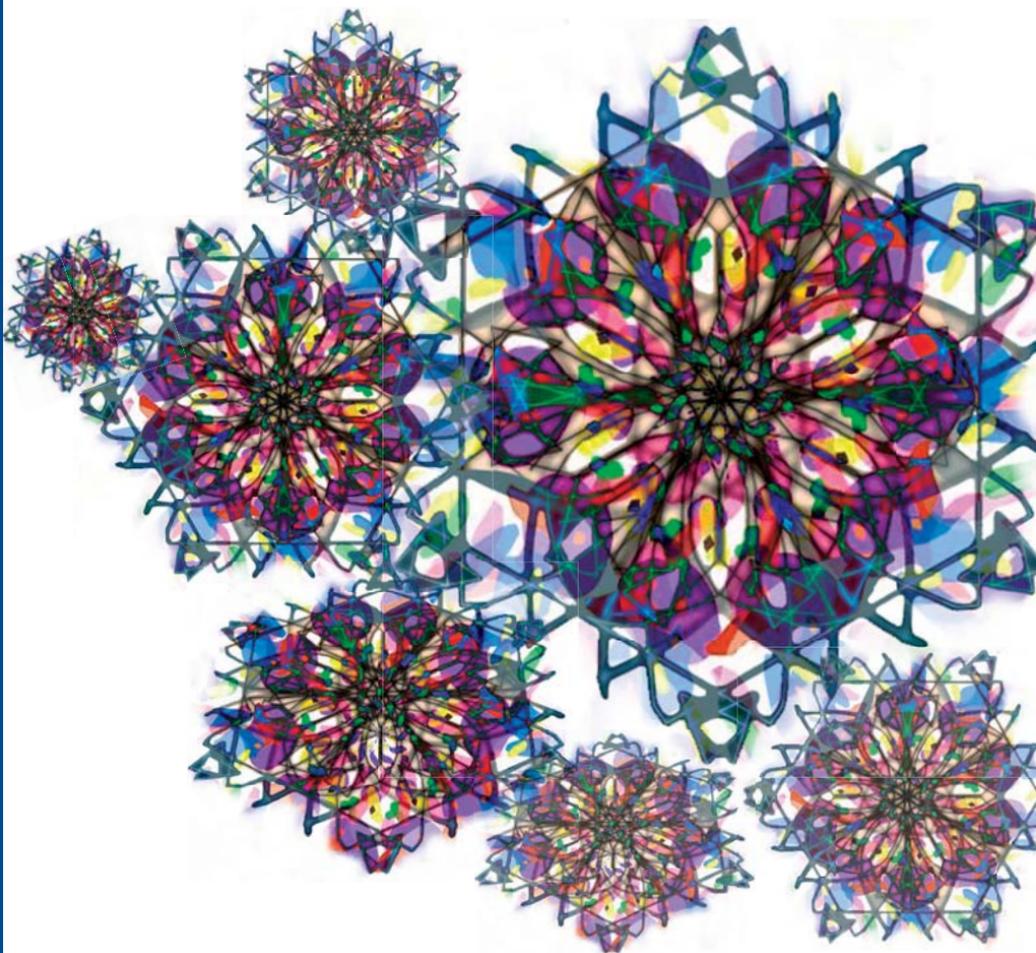


CULTURA DE GUATEMALA



Reflexiones y aporte académico
Facultad de Arquitectura y Diseño

Tercera Época: Año XXXI Volumen II mayo-agosto 2010

REVISTA CULTURA DE GUATEMALA 2010
REFLEXIONES Y APORTE ACADÉMICO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

CULTURA DE



GUATEMALA

Tercera época: Año XXXI. Volumen II, mayo- agosto 2010

Reflexiones y aporte académico
Facultad de Arquitectura y Diseño



Universidad Rafael Landívar

Tradición Jesuita en Guatemala

AUTORIDADES URL

P. Rolando Enrique Alvarado López, S.J.
Rector

Dra. Lucrecia Méndez de Penedo
Vicerrectora Académica

Dr. Carlos Rafael Cabarrús Pellecer, S.J.
Vicerrector de Investigación y Proyección

Dr. Eduardo Valdés Barriá, S.J.
Vicerrector de Integración Universitaria

Lic. Ariel Rivera Irías
Vicerrector Administrativo

Licda. Fabiola Padilla de Beltranena
Secretaría General

CULTURA DE GUATEMALA

Dra. Lucrecia Méndez de Penedo
M.A. Marta Regina de Fahsen
M.A. María Eugenia DelCarmen Cuadra
M.A. Ernesto Loukota Soler
Consejo Editorial

Anahizabel Dubón Aguilar
Edwin Estuardo Sagastume Pérez
Diseño de portada

Evelyn Ralda
Diagramación

Jaime Bran
Revisión textos

Una publicación de la Universidad Rafael Landívar
Vista Hermosa III, zona 16
01016, Guatemala de la Asunción
Guatemala, C.A.
Teléfono: 2426-4547 Fax: 2426-2626 Ext: 2486
© Universidad Rafael Landívar, 2010

Concepto de la portada: El concepto con el que se trabajó el diseño de la portada, lomo y contraportada es: "Una fusión fractal de colores", el cual refleja la fusión de las tres carreras de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Rafael Landívar, con un fractal de formas geométricas que representan la generación y desarrollo de ideas de un diseño, las cuales se fusionan a través de los colores utilizados, transmitiendo de esta manera la cultura guatemalteca, la riqueza de color que tienen nuestros textiles, paisajes, costumbres y tradiciones representativas de Guatemala como lo es: el diseño y la realización de los coloridos barriletes que se ven en el cielo el 1 de noviembre de cada año, los cuales hacen énfasis en la contraportada la celebración de los 35 años de la carrera de Diseño Gráfico en el Campus Central de Guatemala. También se utilizaron los colores azul y blanco, tanto en los fractales como en el fondo de la revista representando la bandera de Guatemala.

Índice

Prólogo <i>MDI Ovidio Morales</i>	11
Arquitectura y <i>marketing</i> ¿vínculo personal? <i>Arq. Rodolfo Castillo Magaña</i>	15
Convento e iglesia de Santa Clara (1723-1734) <i>Arq. Fernando Oberlin</i>	17
Chandigarh, la ciudad del futuro que cumplió 50 años <i>M.A. Arq. Eva Osorio Sánchez</i>	21
Arquitectura vernácula región occidental <i>M.A. Arq. H. Rolando Bonilla Pivaral</i>	25
Semiótica y arquitectura <i>M.A. Arq. Lisandro Sánchez</i>	29
Autoestima en el proceso creativo <i>M.A. Arq. Juan César Ureta</i>	35
Nuevas tendencias en la arquitectura <i>M.A. Arq. Gladys Barrios</i>	39
Centro Histórico de la ciudad de Guatemala de la Asunción <i>M.A. Arq. Eduardo Andrade</i>	41
Dibujo técnico, instrumento para expresarse... <i>M.A. Arq. Roberto Solares</i>	49
Metromorfosis <i>Arq. Juan Carlos Mejía, Ph.D.</i>	51
Arquitectura verde <i>Arq. Víctor Taracena</i>	55

Incidencia de la filosofía en la arquitectura <i>M.A. Arq. Mauricio Valencia</i>	59
El legado arquitectónico en la Sexta Avenida <i>Dr. Anibal Chajón</i>	63
El docente, la institución y el proyecto educativo universitario <i>M.A. Arq. Víctor Leonel Paniagua</i>	71
El patrimonio como factor de desarrollo sostenible <i>Arq. Mario Mansilla</i>	77
El patrimonio arquitectónico: conceptos, historia y criterios de conservación <i>M.A. Arq. Ana Cecilia Zurita</i>	81
Taller de los sentidos <i>Arq. Alfonso Solano de Francisco</i>	85
Mirada, pensamiento, gráfica y arquitectura <i>Arq. Ian Dutari</i>	89
Habitar urbano contemporáneo / temporal <i>Arq. Silvia Covarino</i>	97
Diseño de comunidades sostenibles <i>Mtra. Carolyn Aguilar-Dubose</i>	103
El shock de primer año, creatividad, creatividad, creatividad... una crisis que todos pasan en la Universidad <i>M.A. Licda. Ana Regina López de la Vega</i>	109
El diseñador no es como lo pintan <i>M.A. Licda. Dialma Fuentes</i>	117
El uso de las referencias <i>Lic. Jorge Rossi</i>	121

Aporte de la Bauhaus al diseño gráfico, dentro de la comunicación gráfica y su desarrollo como disciplina <i>M.A. Licda. María del Rosario Muñoz</i>	125
Más allá del dibujo anatómico <i>Lic. Jorge Hernández</i>	131
Parfraseando el diseño “El diseño consiste en diseñar un diseño para producir diseño” <i>M.A. Lic. Gustavo Adolfo Ortiz Perdomo</i>	137
Las figuras retóricas y el diseño <i>Mtro. Alejandro Tapia</i>	139
Presentación de caso de la empresa dedicada al servicio de atención prehospitalaria de emergencias, de nombre Medlink S.A de C.V. de la ciudad de México <i>Mtro. Abelardo Rodríguez G.</i>	145
La educación del diseño en la era digital <i>Mtro. Jorge J. Meza Aguilar</i>	157
Objetos únicos, hechos a la medida... El diseño desde una visión antropológica <i>MDI Ovidio Morales</i>	167
La pasión en el diseño <i>D.I. Andrés del Valle Sinibaldi</i>	171
Innovación en la belleza de lo simple... <i>D.I. Cecilia de León</i>	173
De la aventura de crear a la necesidad de comunicar <i>D.I. Fernando Escalante</i>	177
Diseñar, más allá de crear formas <i>D.I. Juan Pablo Szarata</i>	181

Entendiendo la antropometría para el diseño <i>MDI Rodrigo Sánchez Marín</i>	183
La cultura de la evaluación y la historia del diseño en América Latina <i>Dr. Oscar Salinas Flores</i>	187
Hibridaciones del diseño Diseño+Música+Urbanismo <i>M.A./D.I. Roberto Cuervo</i>	199
Diseño es darle sentido a las cosas <i>Mtro. Ariel Méndez</i>	201
El mundo de los diseñadores o diseñadores para el mundo <i>Mtro. Jorge Ramírez</i>	205
Libros: Anticuarios o productos de consumo masivo. Incrementar la competitividad de empresas editoriales a través de una efectiva gestión del diseño <i>M.A. Marea Saldarriaga</i>	209
El mueble como arte-objeto <i>Mtro. Luis Díaz</i>	213
El proyecto de Inteligencia Móvil Internacional, IMI <i>D.I. Juan Carlos Noguera</i>	217
Sobre la práctica del diseño en Australia <i>D.I. Magaly Martell</i>	219
Diagnóstico urbano-arquitectónico <i>Arq. Mario Noel Mansilla</i>	223
El diseño como herramienta de empoderamiento: el caso de Diseño sin Fronteras en San Juan La Laguna <i>Mónica Berger</i>	229
La poética escenográfica y el diseño visual <i>M.A. Sandra Monterroso</i>	233

Prólogo

*MDI Ovidio Morales
Decano Facultad de Arquitectura y Diseño*

Hace apenas año y medio, se me encomendó una Facultad de Arquitectura y Diseño, inmersa en un proceso de Planes de mejora, como respuesta a la Acreditación Internacional.

Si bien es cierto que estamos inmersos en el cumplimiento de la calidad de la educación, tenemos que reconocer que para alcanzarla, dentro de nuestro contexto, como Universidad confiada a la Compañía de Jesús, debemos estar cada vez más cerca del Paradigma Pedagógico Ignaciano; por medio de la continua interrelación de la experiencia, reflexión, acción y evaluación, componentes de este paradigma, que nos sugiere una multitud de caminos donde el docente y el estudiante, se acompañan enfrentándose con la verdad y al sentido de la vida.

El reto, la formación de los futuros profesionales landivarianos de la Arquitectura, Diseño Gráfico y Diseño Industrial para el siglo XXI, reto que conlleva componentes muy puntuales y de mucho compromiso, que requieren que el catedrático sea el guía, mediador, orientador y facilitador, en la realización del proceso de enseñanza aprendizaje. Nos sugiere un modo de proceder para los académicos, que podemos adoptar con fiabilidad en nuestra tarea de acompañar a los alumnos en su verdadero desarrollo como personas competentes, conscientes y sensibilizadas. Pero lo más importante es propiciar que el alumno asuma el rol de sujeto activo, autogestor, que construye su aprendizaje, mediante procesos de crecimiento mental, personal, social y moral.

La visión no se cumple solamente con la labor de los gestores académicos, es por ello que la Facultad de Arquitectura y Diseño, insta a sus docentes y alumnos a establecer procesos académicos de desarrollo continuo, que permita manejar e incrementar los conocimientos y aptitudes y que la aplicación de ellos, se encaminen a satisfacer las demandas de nuestra sociedad.

Es con los conocimientos adquiridos en la academia y con sus propias destrezas y aptitudes especiales y singulares, aunadas a su actividad creadora, que constituyen el legado de nuestras profesiones históricamente reconocidas por la sociedad.

Después de 37 años de vida, la Facultad de Arquitectura y Diseño ha puesto de manifiesto la disciplina en adquirir el conocimiento mediante una estructura curricular pertinente. La habilidad para manejar las herramientas de comunicación, análisis, comprensión, manejo y representación de la información, con una perspectiva que incluye la teoría y práctica del diseño, aspectos antropológicos y sociales relacionados en su contexto.

Los programas de Arquitectura, Diseño Gráfico y Diseño Industrial, están formando proyectos de vida, personas de cambio, con un espíritu investigativo, propositivo y de servicio, asumiendo el *“compromiso de la responsabilidad social desde tres grandes programas: La acción universitaria por la transformación de la realidad, la formación de una nueva generación de jóvenes comprometidos con la fe y la justicia y la formación de nuevos liderazgos entre profesionales jóvenes.”*¹

El énfasis en documentar y publicar, ha generado escritos que están gestando cambios importantes en cada departamento. La presente publicación, es una muestra del trabajo de nuestros académicos, contando con la colaboración de invitados internacionales. Agradezco el esfuerzo de todas las personas que han hecho posible esta publicación, especialmente a la Facultad de Humanidades, quienes por tercera vez consecutiva y de forma bianual, nos ha otorgado el espacio en un volumen de la Revista Cultura de Guatemala.

1 Licda. Guillermina Herrera Peña, ex Rectora Universidad Rafael Landívar Presentación del documento “Políticas Institucionales: Responsabilidad Social Universitaria”, Guatemala, 2004.

Estoy seguro que el trabajo de todos los autores será una valiosa contribución para que el diseño siga creciendo en Guatemala, y que cada vez el compromiso y responsabilidad en el campo de nuestra competencia se construya dentro del ámbito de lo humano, en búsqueda de la armonía entre las disciplinas del diseño, para que nuestro aporte sea un medio que beneficie la habitabilidad.

“Todo centro jesuita de enseñanza superior está llamado a vivir dentro de una realidad social y a vivir para tal realidad social, a iluminarla con la inteligencia universitaria, a emplear todo el peso de la universidad para transformarla”.²

2 Peter Hans Kolvenbach, S.J., ex Preósito General de la Compañía de Jesús.
“El servicio de la fe y la promoción de la justicia en la educación universitaria de la Compañía de Jesús de Estados Unidos”. Discurso en la Universidad de Santa Clara, California, 2000.

Arquitectura y *marketing* ¿vínculo personal?

Arq. Rodolfo Castillo Magaña
Director Departamento de Arquitectura - URL

¿Qué es la arquitectura?

La arquitectura es una ciencia que a su vez es arte, por medio de la cual podemos diseñar, construir y proyectar espacios adecuados para el ser humano, equilibrados y balanceados con el entorno en el que interactúan, satisfaciendo necesidades de hábitat, recreación, ocio y trabajo.

Esta ciencia se remonta desde que el hombre utilizó de manera creativa, elementos naturales adaptados para protección propia y sus semejantes, cumpliendo con una función de resguardo de la vida natural, satisfaciendo las necesidades primarias (Visualizadas en la pirámide de necesidades de Maslow). A través del tiempo, el desarrollo de la humanidad en función de la arquitectura ha venido evolucionando para convertirse en un concepto que genera soluciones de valor y experiencias en el ser humano.

¿Qué es el *marketing*?

Para la American Marketing Association (AMA), *“El marketing es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización”*.

Otra definición un poco más completa nos brinda Ivan Thompson en su sitio web *“El marketing es un sistema total de actividades que incluye un con-*

junto de procesos mediante los cuales, se identifican las necesidades o deseos de los consumidores o clientes para luego satisfacerlos de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con ellos, a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa u organización”.

De manera personal, me gustaría hacer una síntesis de lo que es el marketing y su concepto fácil de entender: “Llevar un producto o servicio creado para satisfacer las necesidades del consumidor, generándoles valor en una relación a largo plazo en la que ambas partes, tanto como empresa y cliente ganan”.

A manera de conclusión, se puede definir que el marketing es una ciencia, la cual identifica necesidades, visualiza oportunidades y genera soluciones creativas que las satisfagan a través de un beneficio.

La vinculación de ambas ciencias

Si la arquitectura nos plantea brindar una respuesta espacial (solución) adecuada a una necesidad humana de diversa índole en cualquier entorno, y el marketing nos acentúa la importancia que tiene detectar necesidades y ofrecer soluciones que satisfagan y generen un beneficio, se puede visualizar la importancia de relacionar una especialidad y la otra.

Desde un punto de vista empresarial, el arquitecto debiera aprender a vincular el marketing en su carrera, adoptar una cultura que sepa observar y detectar necesidades, generando nuevas oportunidades y utilizando sus características espaciales y creativas, plantear soluciones arquitectónicas adaptadas justamente para responder al planteamiento de la misma necesidad, generando experiencias a través de conceptos innovadores, comunicándolas por medio de un correcto y adecuado uso de la imagen, la publicidad y las relaciones públicas.

La fusión entre la arquitectura y el marketing trae consigo un beneficio a largo plazo para el arquitecto y el desarrollo de su carrera, ya que estará implementando una visión empresarial estratégica enfocada en responder a necesidades de su entorno, ideando y generando más y mejores oportunidades, aprendiendo a ver donde los demás no han visto, logrando la sostenibilidad de su profesión y sus proyectos en un mundo globalizado, cada día más y más competitivo.

Convento e iglesia de Santa Clara (1723-1734)

Arq. Fernando Oberlin
Catedrático de medio tiempo fijo-URL

Para iniciar el viaje de introspección de una obra de arquitectura, elaborada en los años de 1723 en adelante, debemos imaginar el ambiente adecuado, bucólico, sin sonidos como los que conocemos, pues el día se inicia muy de madrugada, a las 4:30 am canto de pájaros, latido de perros, el corral se despierta, se inicia el día juntando fuego de leña o carbón de madera, rescoldando lo del día anterior, para conservar el espíritu del hogar, poner los tiestos de barro con agua y hacer café hervido.

Los panaderos reparten su pan, cargándolo en sus hombros y en yuntas de bueyes, repartiéndolo a las ventas desde el barrio de Santa Ana, de mulatos panaderos, comprar leche a los vendedores ambulantes y recoger los huevos del patio interior de las casas donde habían gallinas, después de ese trajín, las amas se encaminan a las iglesias vecinas, aquí en el barrio de San Francisco el mayor, se dirigen a la gran construcción del seráfico, o a la del oratorio de San Felipe— nueva y en construcción aun, o a Belén, ya de tiempo atrás, o a los Remedios, en la calle de la pasión, o los pasos.

Se oyen pregoneros de fruta y de verduras, que se dirigen a la plaza central, para su venta, hay un fuerte olor a pan recién horneado, a frijol cocido a crema y leche.

Se camina por las calles de tierra, las mayorías, y en empedrados de piedra bola, las menos, las casas de techo de paja, la mayoría, pues es un barrio de clase baja a media, de posibilidades precarias, de teja de barro cocido, algunas.

Se construye en el barrio un nuevo convento, otro, pero éste es de monjas franciscanas, dicen que vienen de Puebla de los Ángeles, que son de clausura y muy santas... Clarisas, de la segunda orden de San Francisco.

El edificio será muy grande, tiene iglesia, claustro de dos niveles, para profesas y novicias, tienen servidumbre y esclavos, tal vez, lo que sí es que vendrán pronto, y entrarán en procesión y serán recibidas por el señor obispo, oidores, funcionarios, encomenderos y clero mayor y menor y por el pueblo, que no se pierde ningún espectáculo importante.

—Don Diego, tenemos un problema, por nuestras reglas conventuales, tenemos necesidad de usar el coro bajo para la congregación y no el coro lateral al presbiterio, eso no es posible, así que la entrada del público se deberá de hacer por los laterales y se deberá de sellar la parte del atrio, usted propondrá la solución mas feliz para todos.

Diego de Porres, tiene que sellar el atrio de acceso y perder su hermosa fachada adornada con mucho primor y entrega, (la fachada se asemeja a la de la Concepción de Almolonga (1718) —Ciudad Vieja— con elementos en común, arcángeles, los siete, pilastras estípites varios y encajes de ataurique en vegetal y el escudo de los Habsburgo)



Así que se vio obligado a perder su hermosa fachada, por un mal entendido, de parte de sus clientes, en ese entonces, los planos eran aprobados por la curia del lugar luego de haber designado al arquitecto que los diseñaría, luego eran enviados a la orden que lo solicitaba y a España, para que fueran aprobados por el Rey y se archivaban en el Archivo de Indias en Sevilla, el gran error de diseño nos muestra que aun, en la época que nos ocupa, el arquitecto, puede cometer grandes errores por



falta de comunicación con el cliente directamente, pues el que va a vivir en el complejo arquitectónico es el cliente y no el arquitecto.

En realidad la obra es magnífica, muy adecuada para su uso, cuenta con fuentes de planta de estrella, y acabadas en mayólica moldeada y coloreada, bellas verdaderamente. (Existe una remodelada en el patio del edificio de Gobernación, actualmente).

La fuente mayor que adorna el claustro principal, del convento no es la original, esa se perdió, la que hoy vemos se hizo el año de 1940.

Pero es bella, muy bella.



De igual manera los accesos laterales de la iglesia, sirvieron para dar servicio permanente a la misma, debieron de contar con gradas de madera adosadas, pues no hay vestigios de gradas fundidas en el lugar, las puertas son la de la virgen de la Concepción y la de Cristo maestro, ambas con sirenas flanqueándolas y algunos santos rematándolas, la de la Virgen cuenta con un Santo Domingo y un apóstol y la de Cristo, con una Santa Clara y otro santo, no cuentan con distinciones, igualmente los Arcángeles, los tres principales, Miguel, Gabriel y Rafael, debieron estar en los tres primeros nichos de la fachada, los cuales fueron destruidos, y los que quedan son los otros cuatro, que no cuentan con distintivos que los identifiquen, sólo se apoyan dos en columnas bajas.



La fábrica del convento de Santa Clara es muy similar al usado por Diego de Porres en sus obras del oratorio de San Felipe Nery (1720) y en la de Nuestra Señora del Pilar de Capuchinas (1731) el uso de la piedra sin revestimiento, ni tratamiento, solo el tallado y el sisado, esto lo varía cuando fabrica el Ayuntamiento (1739) las piedras las sisa con un revoque más oscuro y simula piedras más grandes con una sisa más clara y logra bloques más monumentales en esa obra.



En su vida Diego de Porres efectúa muchas obras y cada una más sorprendente que la anterior, todas cuentan con tubería de agua corriente, fuentes, baños y muchas comodidades que logra, como uno de los mejores arquitectos de Guatemala, en su época.

Chandigarh, la ciudad del futuro que cumplió 50 años

M.A. Arq. Eva Osorio Sánchez
Catedrática de dedicación completa - URL

Cuando se proyecta una ciudad completamente nueva surgen dudas sobre la adaptación de las personas que llegarán a poblar estos espacios. Más allá de la Teoría Urbana y del interés por el análisis de la arquitectura que se generará es importante tener en cuenta la relación hombre-ciudad, después de todo la ciudad es para que el hombre pueda convivir y no sólo sobrevivir.

Por lo cual la ciudad de Chandigarh será la referencia para este análisis, describiendo brevemente el proyecto original, pues el objetivo es descubrir las lecciones que han impactado la identidad del pueblo hindú, pero no olvidando el contexto político que sirvió de inspiración a su diseño y función.

Chandigarh está situada al noroeste de la India en la franja de la gama del shivalik del Himalaya a 321 metros sobre el nivel del mar, teniendo un clima tropical de cambios extremos en las temperaturas.

La visión de la nueva ciudad estaba estrechamente ligada a la idea de una nueva nación que por supuesto implicaba un hombre nuevo y según Romi Khoala arquitecto ecologista hindú, ésta fue la oportunidad de construir un nuevo futuro para la India.

Recordemos que en 1948 India comenzaba otra etapa tras la muerte de Ghandi, así fue como Nehru, quien era el primer ministro quería transmitir

al resto del mundo que la India sería independiente, una nación moderna, por lo que Chandigarh debía ser una ciudad sin cadenas que la ataran a la tradición pasada ya que debía surgir como un símbolo de la fe de esta nación en el futuro. Así es como nace, como un símbolo de democracia y representación de un nuevo gobierno para la región del Punjab.

Su nombre viene de la palabra Chandi que alude a la diosa de la energía y Garh que significa fortaleza, lo que se puede interpretar como el surgimiento de una ciudad pujante y fuerte; para llevar a cabo su idea Nehru contrató a una empresa norteamericana a cargo del arquitecto Albert Mayer junto a Matthew Nowicki, quienes presentaron el primer proyecto del trazado, sin embargo no se realizó y luego este proyecto fue replanteado por Le Corbusier que finalmente lo proyectó y fue realizado por Pierre Jeanneret, Jane Drew y Maxwell Fry.

Le Corbusier tomó el plan maestro de Mayer que tenía forma de ciudad-jardín dispuesto en abanico adaptándolo mejor al lugar, transformándolo en una malla ortogonal y ordenada, respetando la ubicación de los centros principales.

La ciudad consta de 60 sectores organizados de tal forma que funcionan como entes semiautónomos, pues cada uno tiene sus propios mercados, escuelas y templos. Como dato curioso Le Corbusier anuló el número 13 en la numeración.

Dentro de estos sectores se encuentra el conjunto del Capitolio que se compone de los edificios de El Secretariado, La Asamblea, El Palacio de Justicia y el monumento a la mano abierta. En este conjunto se había incluido un Palacio para el Gobernador, el cual fue excluido por Nehru debido a que no representaba el simbolismo democrático de la ciudad.

El resto de la ciudad se distribuye en áreas residenciales sin ninguna diferencia de casta, clase o religión, también existen equipamientos públicos, culturales, educacionales y sanitarios, áreas comerciales e industriales. Todo estructurado en super manzanas de 800 x 1200 metros atravesados por áreas verdes entre los que destaca el valle cívico que respeta la sinuosa forma del arroyo transformándose en un parque lineal a lo largo de la ciudad.

Otra característica peculiar son sus vías que suman 7 que van desde el tráfico rápido hasta recorridos peatonales y luego se agregó la octava vía para bicicletas ya que es un rasgo distintivo de la identidad hindú.

Otros conjuntos de que consta la ciudad son 2 parques botánicos, el lago Sukhna en el sector 1, el complejo de la universidad y varios museos.

El Chandigarh de hoy a pesar de haber sido diseñado como un proyecto inclusivo donde todos fueron considerados como iguales, existen arrabales de invasores, vacas y búfalos en las calles, mercados que carecen de autorización, deficiencia en la sanidad pública y modificaciones constructivas en varios edificios como en el Tribunal Supremo donde las celosías de las pasarelas además de permitir el paso del aire, también permiten el paso de los rayos solares y la lluvia.

También existe el problema del transporte público de los alejados suburbios a la ciudad y como no hay industria los pobres se ganan la vida en los mercados y puestos libres. El clima ha hecho que por las noches la ciudad se encuentre desierta y el vasto complejo de hormigón armado del Capitolio cuya finalidad era un lugar de encuentro de líderes y pueblo ahora está aislado y vigilado por barreras de seguridad y policías.

A Le Corbusier se le ha criticado el haber resuelto el proyecto bajo la clave formalista y estética sin consideraciones culturales ni sociales. Sin embargo debemos recordar las premisas bajo las cuales fue diseñada. Y un dato importante son los 150,000 habitantes que luego fueron 500,000 para los que fue planteada la ciudad, hoy llega casi a 1 millón y dentro de 20 años estarán llegando a los 2 millones de habitantes, lo que significa 4 veces su capacidad.

El no haber incluido a la industria ha causado un claro y directo efecto negativo en la clase trabajadora, generando medios informales de trabajo que a su vez crean áreas de ocupación territorial no reguladas.

Otro aspecto negativo es el no tener un transporte público efectivo, ya que en verano es casi imposible caminar por la ciudad que alcanza los 40°C a la sombra, y el complejo del Capitolio está tan lejos del centro de la ciudad que su acceso es limitado a la población.

Cuando se pensó que la ciudad albergaría únicamente a servidores públicos no se tomó en cuenta que una ciudad es un ente vivo que genera mucha comunicación y movilidad y creer que su uso sería restringido es un pensamiento muy romántico.

Sin embargo Chandigarh con todos sus problemas y críticas, es una ciudad emergente, con el ingreso per cápita más alto y con el mayor índice de Desarrollo Humano del país. Sus habitantes de todos los niveles sociales creen que es una ciudad organizada, eficiente y especial donde viven orgullosos sintiéndose con una calidad de vida superior a otras ciudades vecinas.

En cuanto a la arquitectura con toda la masividad del hormigón que tan criticada ha sido, impulsó el desarrollo de obras de los nuevos arquitectos de la India en los años siguientes a su fundación. La Mano Abierta se constituyó en icono de la ciudad, y si bien el conjunto del Capitolio excedió los requerimientos funcionales para los que fue diseñado, su monumentalidad era necesaria para concretar el simbolismo de Nehru. Hoy es un destino turístico del país, lo que empuja la misma economía del lugar y es candidato a ser declarado patrimonio de la humanidad por UNESCO.

Esta ciudad de 50 años con todo lo bueno y lo malo que sólo el paso del tiempo y la experiencia ha podido señalar y que fue diseñada bajo los preceptos solicitados por Nehru de ser una ciudad moderna, símbolo de la democracia y de la Nueva India atravesó por un proceso duro de adaptación para permitir hacerla propia y perdurable. Y es este pensamiento el que abre los cuestionamientos y discusiones apasionadas sobre los siguientes temas:

¿Es hoy en día Chandigarh parte de esta identidad?

¿Es la identidad algo que permanece intacto o se modifica en el transcurso de la evolución de un pueblo?

¿Debemos rechazar, integrar o adoptar las nuevas claves de arquitectura?

¿El arquitecto puede llegar a ser un gestor social a través del cual el hombre se desarrolla o pierde su identidad?

Arquitectura vernácula región occidental

M.A. Arq. H. Rolando Bonilla Pivaral

La riqueza de la cultura de Guatemala específicamente lo que concierne al patrimonio cultural arquitectónico, está constituida por importantes monumentos arqueológicos mayas, sitios de la época colonial y un significativo cúmulo de elementos indígenas que han trascendido hasta la actualidad. Sin embargo, es generalizado el desconocimiento de dichos valores de identidad en todos los niveles sociales de nuestra nación lo cual muchas veces incrementa su paulatina desaparición.

El estudio y la investigación de las comunidades del altiplano occidental tienen un significativo interés para la Universidad Rafael Landívar pues enmarca su sede regional en el departamento de Quetzaltenango. Para la Facultad de Arquitectura, los elementos arquitectónicos de la región merecen particularmente su atención para su estudio, aprecio, respeto y su conservación, a la vez que la lleva a desarrollar propuestas de un mejoramiento en cuanto a la técnica constructiva y su estructura urbana. Antes de proseguir conviene desarrollar el concepto de “*arquitectura vernácula*”. Se considera como arquitectura vernácula de una región o período histórico el proyectado por sus habitantes y determinado por el conocimiento empírico, la experiencia de generaciones anteriores y la experimentación con materiales disponibles en el entorno inmediato.

Para definir la *arquitectura vernácula* se utilizan los siguientes criterios:

- Ser la expresión de una tradición constructiva ancestral aún viva
- Que su objetivo sea generar un microclima dentro de la edificación para minimizar las condiciones de climas extremos
- Ser construida por nativos del lugar
- Utilizar materiales locales
- Que estos materiales al cumplir su ciclo vital sean devueltos sin riesgo o contaminación ecológica al propio suelo.

En el caso de la región occidental del departamento de Quetzaltenango está habitada por nativos de las culturas comprendidas dentro de la etnia *maya-quiché* y su arquitectura en gran parte refleja los elementos socio-culturales propios, es una respuesta a las condiciones climáticas de su entorno y aprovecha en alguna medida los recursos materiales disponibles en la región. Sin embargo, la permanencia de su arquitectura está siendo afectada por un mal entendimiento del *progreso y la modernización*, lo cual ha ido transformando desde el trazo urbano hasta el diseño y materiales de su vivienda.

Atendiendo a lo anterior, se hace necesaria la realización de estudios e investigación de los *elementos vernáculos y de identidad* en su arquitectura, especialmente en lo que respecta a la vivienda, no sólo dentro de un contexto eminentemente técnico, sino también dentro de un panorama cultural. Es decir, conformado por las costumbres, los hábitos, las estructuras sociales, etc., que determinan una forma particular de vivir, en el área del altiplano occidental. La arquitectura no es un elemento aislado, sino integrador en la cual se toma en cuenta la concepción de la vida, las emociones, ideas y aspiraciones de los pueblos y su cultura.

“Todos aceptamos que es necesario respetar los valores culturales de los diferentes pueblos y aldeas, valores que tienen su manifestación en la variedad de las lenguas, de los trajes, de las costumbres sociales, de las manifestaciones artísticas, etc., pero muy pocos conocen el mecanismo de la conservación y del desarrollo de lo que nosotros llamamos la “identidad étnica” o también la “personalidad social y cultural”, en una palabra la idiosincrasia de nuestros pueblos.” Dr. Antonio Gallo S.J., *Identidad Nacional*, Editorial URL, Guatemala 1994.

El objetivo principal de una investigación de este género es enmarcarse en los valores culturales y su historia para conocer, valorar y respetar su identidad. Es por ello fundamental el estudio sociocultural de las comunidades indígenas, con énfasis en los aspectos que se refieren a su arquitectura autóctona por el valor que tiene, ya que constituye el reflejo de una forma particular de vida. Deben analizarse además los cambios que han incidido en su transformación y en la pérdida de características autóctonas.

De gran valor es también el conocimiento directo del entorno y condiciones climáticas, así como las prácticas de convivencia de los poblados en el estudio.

Haciendo un poco de historia, intentamos explicar el proceso de transformación urbanística:

En la época prehispánica, la zona urbana se conformaba de la zona periférica al centro, es decir, de los caseríos rurales a los centros ceremoniales con un comportamiento centrífugo.

Durante la época colonial, el proceso intentó ser diferente. Se partió del centro hacia la periferia. Las ciudades se convirtieron en centros del control político y económico regional ejerciéndose a través de ellas la explotación de los recursos.

En la conformación actual, originada en una división administrativa que paulatinamente fue introduciendo limitaciones al desplazamiento normal de la población, se llega al municipio, como unidad cultural y económica. Este modelo priva en la región maya-quiché.

El estudio de la arquitectura vernácula de los poblados de la región occidental, conlleva el planteamiento de los factores integrales de alteración o transformación, ciertas condiciones no sujetas a la propia idiosincrasia que favorecen dichos fenómenos. Entre otras podemos mencionar: el agotamiento de los materiales de proveniencia vegetal, las frecuentes destrucciones por razones sísmicas, el alto costo de los materiales y la mejora en las técnicas constructivas con materiales más resistentes. A esto debe agregarse, la importación de nuevos modelos del diseño habitacional, especialmente en cuanto a su fachada.

La estructura básica de la arquitectura vernácula es de características muy claras y evidentes y permite considerarla como la base de un lenguaje arquitectónico que posee dentro de sí misma las pautas de una singular organización de una racional subdivisión espacial.

Semiótica y arquitectura

Arq. Lisandro Sánchez

Catedrático de dedicación completa - URL

Según Umberto Eco, “la semiótica se ocupa de cualquier cosa que pueda *considerarse* como signo. Signo es cualquier cosa que pueda considerarse como sustituto significante de cualquier otra cosa.” (Eco, 2005, p.22) Prácticamente cualquier objeto se puede descomponer en signos. Cualquier cosa que encontramos a nuestro alrededor es un signo latente, aunque no necesariamente todo lo que nos rodea nos está comunicando algo. Para la semiótica, su objeto de estudio existe únicamente cuando hay una comunicación de ideas. Hay comunicación, solamente si se logra transmitir una idea por medio de algún signo. De no ser así, los signos siguen siendo simplemente cosas. Eco se basa en dos corrientes clásicas de pensamiento para esta definición de la semiótica: la de Ferdinand De Saussure y Charles Peirce.

De Saussure, dice: la lengua es un sistema de signos que expresan ideas y, por esa razón, es comparable con la escritura, el alfabeto de los sordomudos, los ritos simbólicos, las formas de cortesía, las señales militares, etc. Simplemente (la lengua) es el más importante de dichos sistemas. Así pues, podemos concebir *una ciencia que estudie la vida de los signos en el marco de la vida social*; podría formar parte de la psicología social y, por consiguiente, de la psicología general; nosotros vamos a llamarla *semiología*. (Eco, 2005, p.31)

Esta visión considera que la semiología es una ciencia que estudia la vida de los signos que actúan dentro del marco de una vida social. Es decir, solamente si hay interacción humana entre dos personas. Él define los signos como entidades de dos caras: el significante y el significado. Esta relación entre el significante y significado se establece sobre una base de un sistema

de reglas, como puede ser una lengua, un sistema de señales, o unas reglas de etiqueta. Según De Saussure, el significado sólo adquiere valor si el signifi- ficante produce una actividad mental en otro individuo. O sea, solamente si se expresa una idea. Si produce una imagen mental en el receptor, entonces sí hay comunicación.

La limitante de esta definición es que considera únicamente como signos los intentos de comunicación entre seres humanos, que son generados intencio- nalmente. Todo lo que sea manifestaciones naturales y no intencionales, no las considera como signos, por lo que deja fuera todo tipo de manifestación animal, o de la naturaleza, o incluso de alguna máquina. La definición de Peirce es más amplia, porque considera que la semiosis es posible entre tres sujetos, y además no se limita a sujetos *humanos* como la de De Saussure. Umberto Eco citando a Peirce, 1931, dice “por semiosis entiendo una acción, una influencia que sea, o suponga, una cooperación de tres sujetos. (Eco, 2005, p.32) Estos tres son: 1) un signo, 2) su objeto y 3) su interpretante. Para Peirce, no necesariamente tienen que ser sujetos humanos, ni obliga- toriamente tiene que haber un comportamiento comunicativo intencional.

Según Peirce, un signo es algo que está en lugar de alguna otra cosa, *para* alguien, en ciertos aspectos o capacidades. Es decir, existe la representación de ese algo a medida que haya un intérprete. Se desliga la existencia del signo, a la existencia del intérprete. No necesariamente debe haber alguien que lea el signo para que éste exista. Pero Peirce, a diferencia de De Saussure, no requiere como condición que el signo se emita intencionalmente, ni que se produzca artificialmente (como el producto de la comunicación a través del lenguaje). Entonces, esta definición queda abierta a aplicarse también a signos que no tienen emisor humano, aunque el intérprete sí sea humano. Por ejemplo, un humano puede interpretar un signo emitido por un animal (amenaza), por un fenómeno meteorológico, o por un órgano (síntomas de una enfermedad).

Concluyendo de estos previos conceptos, la semiótica se ocupa principal- mente del *estudio* de los signos. Se puede definir como signo “alguna cosa que está en lugar de otra” (U. Eco, 2005, p.34). El destinatario (receptor) humano es una garantía metodológica (no empírica) de la existencia de la significación, o de una función semiótica establecida por un código previo.

Es decir, tenemos la garantía que existe un significado de un signo, solamente a través de la interpretación de un destinatario humano, por medio de un código establecido previamente; por ejemplo una lengua. La interpretación es solamente una *POSIBLE* interpretación, por un *POSIBLE* intérprete.

Pero un signo no deja de ser signo, aún sin la existencia de su intérprete. Un signo puede no ser emitido exclusivamente por un ser humano.

Fulcanelli dice de las catedrales: ...Bellos libros de imágenes que se levantan en nuestras plazas y que despliegan hasta el cielo sus hojas esculpidas en piedra... ¿Sin palabras y sin voz? ¡Qué estamos diciendo! Si estos libros lapidarios tienen sus letras esculpidas –frases en bajorrelieves y pensamientos en ojivas–, tampoco dejan de hablar por el espíritu imperecedero que se exhala de sus páginas. (Fulcanelli, 1968, p.51)

Esta metáfora, ilustra el concepto que la arquitectura también comunica ideas. Lo expuesto por Peirce y Eco permite conceder valor comunicativo a la arquitectura, ya que puede también aplicarse a fenómenos con un emisor que no es humano. Tal vez no sea necesario llegar a ver un edificio como se ve un libro, como opina Fulcanelli. Eco plantea la hipótesis que la semiótica no sólo estudia los signos reconocidos como tales (como es la lengua), sino también cualquier manifestación cultural, tomada como si fuera signo. Entonces la arquitectura, como parte de la cultura, se puede descomponer en signos que comunican mensajes.

Eco (1986) define la arquitectura como cualquier fenómeno arquitectónico de diseño o de proyección urbanística que funcione para ordenar espacios, interiores y exteriores.

Roland Barthes, 1964, escribió “desde que existe la sociedad, cualquier uso se convierte en signo de este uso.” (Eco, 1986, p.255) Apoyado en el pensamiento de Barthes, se puede concluir que la arquitectura puede estar formada por sistemas de signos reconocibles en sus elementos y en sus espacios. Estos signos primero deben ser aprendidos por el individuo y luego serán reconocidos. Por ejemplo una escalera: primero se aprende que para subir hay que

usarla y, por ende, después cada vez que vea una escalera, se reconocerá que existe un nivel superior al que se puede acceder, sin haberlo visto previamente.

El arquitecto, por medio de su organización de formas, realiza un orden que es pura creación de su espíritu; a través de formas y figuras afecta nuestros sentidos a un grado pronunciado y provoca emociones plásticas; a través de las relaciones que crea, despierta ecos profundos en nosotros, nos da la medida de un orden que sentimos que concuerda con el de nuestro mundo, él determina los varios movimientos de nuestro corazón y entendimiento; es entonces cuando nosotros experimentamos el sentido de la belleza. (Traducción propia, Le Corbusier, 1931, p.1)¹

Tal como explica Le Corbusier, la manera de interpretar los signos arquitectónicos está estrechamente relacionada con la experiencia. Al ir aprendiendo y experimentando los usos de diferentes elementos y formas en la arquitectura, el ser humano logra interpretar signos similares en diferentes edificios. Tomando esto en cuenta, se puede decir que la arquitectura es un instrumento para comunicación.

Eco (1986) compara la arquitectura con la comunicación de masas basándose en algunas similitudes entre ellas. Dice que la arquitectura es persuasiva, ya que al usuario se le convence que la distribución de los espacios, al ser similares a modelos existentes, es la mejor forma en que tiene que vivirlos, y además se le obliga sutilmente a seguir una circulación de acuerdo a la distribución espacial. La arquitectura se puede disfrutar con desatención, como se ve un film o la televisión, es decir sin necesidad de observar cada detalle que la compone. La arquitectura puede enviar mensajes aberrantes, ya que un edificio diseñado para una función puede ser usado posteriormente en una forma totalmente opuesta a su intención original. Por esta razón, Eco también considera que los mensajes de la arquitectura oscilan entre un “máximo coercitivo” (así DEBES usarlo) y un “máximo irresponsable” (lo puedes usar como quieras). Esto se ve ilustrado ampliamente en Guatemala donde residencias terminan siendo usadas en formas tan variadas, como oficinas, colegios, iglesias, etc.

Como la arquitectura está dentro de una sociedad de mercado, también sus mensajes pueden variar con las modas, las circunstancias, las necesidades

cambiantes, etc. Sus mensajes van más allá de sus usos, también es posible leer mensajes de ideologías dentro de un contexto cultural. Por ejemplo, el uso de formas y materiales de moda —que pueden ser caros o menos caros— también envía mensajes de estatus socioeconómico.

Apegándose a la definición de semiótica de Charles Peirce y Roland Barthes, la arquitectura sí puede convertirse en un medio de comunicación. Es difícil conceptualizarlo ya que la arquitectura es de carácter funcional. Sus códigos están basados en la experiencia espacio-temporal de las personas y, por ende, varían los mensajes de acuerdo al intérprete. La experiencia de estar en un espacio con una proporción privada es diferente a estar en un espacio con proporción monumental. También el estar estático en un punto es diferente a experimentar las transiciones entre espacios al moverse dentro de un edificio. Pero como dice Eco, la arquitectura al final es una expresión cultural, y es posible analizar la cultura como una comunicación. Así que la experiencia semiótica en la arquitectura supera la intención comunicativa del arquitecto. En ella se encuentran códigos claros y pensados como tal, pero podremos encontrar otros códigos que van más allá de su diseño y quedan intrínsecos en las propias funciones y formas de la arquitectura.

Nota

1. The Architect, by his arrangement of forms, realizes an order which is pure creation of his spirit; by forms and shapes he affects our senses to an acute degree and provokes plastic emotions; by the relationships which he creates he wakes profound echoes in us, he gives us the measure of an order which we feel to be in accordance with that of our world, he determines the various movements of our heart and of our understanding; it is then that we experience the sense of beauty. (Le Corbusier, 1986, p.1)

Referencias

- Eco, U. (1986) *La estructura ausente*. España: Editorial Lumen.
- Eco, U. (2005) *Tratado de semiótica general*. México: Editorial Debolsillo.
- Fulcanelli (1968) *El misterio de las catedrales*. España: Plaza & Janes.
- Le Corbusier (1931) *Towards a new architecture*. EUA: (Reprint 1986) Dover Publications.

Autoestima en el proceso creativo

M.A. Arq. Juan César Ureta

Catedrático de dedicación completa - URL

“Fomentar la creatividad desde temprana edad es una de las mejores garantías de crecer en un ambiente sano de autoestima y respeto mutuo, elementos esenciales para la instauración de una cultura de paz”. UNESCO 2001. ...*Autoestima en el proceso creativo*.

La incidencia de las prácticas que utiliza el docente en el desarrollo de la autoestima y la creatividad en el proceso de enseñanza-aprendizaje, darán a futuro como resultado aportes positivos de los estudiantes en el desarrollo como personas y de beneficio para la vida misma; por consiguiente los diferentes estilos de enseñanza utilizados por el docente en los salones de clases tendrán en los estudiantes una formación personal en el desarrollo de la autoestima y creatividad. Esta autorrealización lograda en el proceso educativo se ve influenciada por los estilos de enseñanza utilizados por el docente en el aula. Pacheco, J. dice: *“La imaginación creadora de un niño puede ser impulsada o coartada a través de la educación”*, por lo tanto cuando una persona desarrolla la creatividad, consiguientemente mejora positivamente su autoestima; es pues, a través de la práctica educativa que se puede incentivar o bloquear la autoestima y creatividad de los estudiantes...

Se definen los estilos de enseñanza como: *“las posibilidades precisas relativamente unitarias por su contenido, del comportamiento pedagógico propio de la práctica educativa”*, Ausubel, D. Hay estilos de enseñanza como rasgos característicos, referidos a la manifestación de la actuación y comportamiento pedagógico del docente. Son en general, un conjunto de actitudes y orientaciones que describen las preferencias y tendencias de la persona que interactúa con el medio. Se

reconocen como dos de estos estilos, el autoritario, denominado como directo o tradicional, y otro el democrático, como indirecto o progresista. En el estilo autoritario, el docente es quien dirige, manda y ordena cómo, cuándo y de qué manera hay que trabajar en clase, en el que se pueden dar consecuencias negativas, fomentando dependencia, sumisión y afectando la actitud y disposición hacia el aprendizaje, evidenciándose que no se incentiva el trabajo creativo, espontáneo y es reactivo a las iniciativas que propone el docente. En el estilo democrático, las decisiones se comparten entre el docente y los alumnos por medio de acuerdos conseguidos en consensos y estudiando por medio de diálogos basados en el respeto mutuo, considerándose más eficaz y positivo en el que se fomenta una participación de juicio crítico y el desarrollo de la originalidad, despertando la cooperación y motivación en el trabajo.

Independiente del estilo de enseñanza que el docente utilice en el aula para la formación personal del estudiante, el sistema educativo también puede contribuir y aportar a desarrollar la autoestima y la creatividad; *“El sistema educativo puede ayudar a que la persona alcance su autorrealización personal, independientemente del nivel de capacidad que tenga, mucha gente dispone de la semilla de la creatividad, pero el contexto no les proporciona el alimento necesario”*. Maslow.

-1-

Si queremos conseguir formar personas responsables y comprometidas tendremos que desarrollar la autoestima y para ser creativos tener confianza y ser conscientes de la propia valía...

La educación de las actitudes es fundamental para el desarrollo integral de la persona, entre estas actitudes, la autoestima que es la forma habitual de amar, comportarnos con nosotros mismos, pensar, percibirnos y sentir; entonces decimos que *“la autoestima es la suma de la confianza y el respeto que debemos sentir por nosotros mismos y refleja el juicio de valor que cada uno hace de su persona para enfrentarse a los desafíos que presenta nuestra existencia”*, Gil. La persona con autoestima estará actuando con autonomía, asumiendo responsabilidades, afrontando retos, disfrutando de logros, tolerando frustraciones e influyendo en otros, todo esto incidiendo en el proceso educativo.

Teniendo los seres humanos la capacidad y necesidad de crear, las personas que se educan en la creatividad son amantes de los riesgos, confianza, flexibilidad, iniciativa, originalidad, visión de futuro, afrontando problemas y obstáculos con innovación. *“La creatividad es la capacidad humana de modificar la visión que tiene de su entorno a partir de la conexión con su yo esencial”*. Al desarrollarse la creatividad por medio del proceso educativo, se consigue una mejor utilización de los recursos individuales y de grupo, esta educación creativa debe propiciar el pensamiento reflexivo y creativo en el aula; evidenciándose que se tome en cuenta en el sistema educativo el objetivo de la creatividad y las condiciones para su desarrollo.

Cuando se desarrolla la creatividad se mejora positivamente la autoestima, esto se genera especialmente cuando en el aula la autoestima positiva es estimulante con respecto a la creatividad, desarrollando habilidades y aumentando la seguridad personal; es así como el desarrollo de la autoestima y la creatividad del estudiante se puede potenciar desde el aula, por medio del estilo de enseñanza utilizado por el docente, haciéndose necesaria la utilización de todas las herramientas al alcance para crear un ambiente donde los estudiantes puedan desarrollar la creatividad que mejorará la autoestima y una buena autoestima desarrolla la creatividad...

Nuevas tendencias en la arquitectura

M.A. Arq. Gladys Barrios
Catedrática de dedicación completa - URL

A través de la historia, la arquitectura se ha visto influenciada por diversos factores, tales como estilos, funciones, sistemas estructurales e incluso hasta modas. Así que nos preguntamos, cuáles serán las nuevas tendencias en la arquitectura que marcarán el estilo de una nueva década.

Si bien hemos sido testigos de tan variantes estilos arquitectónicos, ha sido notoria la manera en que la tecnología ha marcado el paso en el avance de todas las ciencias y las artes, incluyendo por supuesto a la arquitectura. Por lo que debemos aprovechar las facilidades e innovaciones que nos brinda la tecnología, pero al mismo tiempo debemos retribuir esa ayuda. ¿Y de qué manera? Una sugerencia podría ser, buscar el camino hacia la sostenibilidad y sustentabilidad de cada proyecto que emprendemos, ya que no debemos ser sólo consumidores de recursos, sino también, generadores de éstos. Además, la economía a nivel global ha sufrido grandes cambios, resaltando los elevados costos en la construcción y en la manutención de las edificaciones. Un ejemplo de estos, son las viviendas de clase media, que han reducido su tamaño y hasta han modificado la manera de vivir de muchas personas, como ocurre en nuestra ciudad, en donde se ha logrado alcanzar gran aceptación en el mercado inmobiliario de la vivienda en edificios (apartamentos), cambiando las costumbres y el estilo de vida de los guatemaltecos.

Pero como arquitectos, tenemos el compromiso de proyectar construcciones inteligentes, de manera que contribuyan a ahorrar recursos y generen o reúsen los mismos. Dentro de la tecnología actual podemos auxiliarnos con mucho de los conceptos de la arquitectura verde, hasta el punto de cambiar nuestra

visión, con el fin de enfocarnos en diseños que logren estar certificados como edificios verdes. Por ejemplo podríamos cambiar las fachadas de muro cortina, que nos obligan a utilizar aire acondicionado permanentemente, por fachadas con celdas fotovoltaicas que generen energía para el proyecto mismo, reflejando un porcentaje en el ahorro del consumo energético. También se puede reutilizar el agua de lluvia, mediante una adecuada captación pluvial y aprovecharla en sistemas de riego. Esforzarnos por utilizar materiales renovables y sustentables para las construcciones. Y todo esto ayudará a reducir el consumo de recursos naturales.

Podríamos seguir enumerando una serie de nuevas tendencias en los diseños arquitectónicos. Pero es muy importante marcar un punto de partida, o sea, en dónde debemos iniciar. Opino que debe comenzar desde las escuelas de arquitectura, ya que un estudiante debe conocer estos principios desde el inicio de su carrera universitaria, para que formen parte integral de los parámetros de diseño y construcción que marcarán los lineamientos principales de sus proyectos. Así que, considero que las universidades deben apropiarse de todos estos nuevos conceptos, para que puedan ser incluidos en los cursos de la Licenciatura de Arquitectura (nivel pregrado), para que no sea hasta en un nivel de posgrado que los estudiantes los conozcan.

Por supuesto, corresponde primero al cuerpo docente capacitarse en el tema, para poderlo transmitir y sobre todo crear conciencia en cada uno de los estudiantes de arquitectura. Y será así, como lograremos alcanzar y adoptar las nuevas tendencias en la arquitectura.

Centro Histórico de la ciudad de Guatemala de la Asunción

M.A. Arq. Eduardo Andrade
Catedrático de dedicación completa - URL

Reflexiones

Al ocurrir el terremoto de San Gilberto, el 4 de febrero de 1976, el centro de la ciudad de Guatemala de la Asunción, zona 1, era considerado una zona envejecida y en deterioro.

Ya en 1969 había surgido el Consejo Nacional de Protección de la Antigua Guatemala, como primer caso en Guatemala de lo que es un centro histórico, su existencia permitió un buen rescate posterior al terremoto de 1976. No corrió igual suerte la zona “vieja” de Guatemala de la Asunción, pues se perdieron valiosos inmuebles demolidos por daños del terremoto, cuyo valor patrimonial era escasamente reconocido.

Han pasado 34 años, en los que ya se reconoce el valor patrimonial y su potencial para rescate, sobre todo apoyados por conceptos de una nueva generación de diferentes sectores de la sociedad, y una legislación que aunque no es perfecta, y puede actualizarse y mejorarse, tiene como finalidad su preservación a futuras generaciones.

La situación del Centro Histórico de Guatemala de la Asunción no es la misma que hace un cuarto de siglo, reflexionar sobre el momento actual es el objeto del presente artículo.

El crecimiento urbano de esta ciudad es similar al de la mayoría de las urbes latinoamericanas. Surgen propuestas diversas, incluso opuestas entre profesionales de variadas disciplinas, de lo que se debe realizar a futuro en el mismo.

¿Qué factores incidieron en la evolución de la historia urbana, que dieron como resultado la problemática actual del Centro Histórico de la ciudad de Guatemala de la Asunción, para poder definir las premisas o propuestas viables a considerar?

Cronología de la evolución del Centro Histórico de Guatemala de la Asunción

Con el objeto de ubicar cronológicamente las variables urbanas arquitectónicas del Centro Histórico de la ciudad de Guatemala, desde su fundación un lejano 2 de enero de 1776, su evolución se clasifica en cuatro grandes períodos que a su vez poseen subdivisiones internas a saber:

1. Período de 1776 a 1871
2. Período de 1871 a 1917
3. Período de 1917 a 1960
4. Período de 1960 hasta nuestros días.

Territorio urbano del Centro Histórico de la ciudad de Guatemala de la Asunción

La definición territorial del Centro Histórico de la ciudad de Guatemala, está definida por los siguientes sectores con sus respectivos límites:

1. El asentamiento inicial, del pueblo de la Ermita, de traza irregular, lo que hoy conforma parte del barrio de la Parroquia, Candelaria (zonas 1, 2 y 6)
2. La traza original rectilínea de fundación de 1776:
 - Norte: primera calle actual zona 1.
 - Sur: 20 calle actual zona 1.
 - Este: 12 avenida actual zona 1.
 - Oeste: avenida Elena, actual zona 1.

3. Barrio de Jocotenango: Lo que constituyó el pueblo de Jocotenango, de la traza original, que quedó integrado en el siglo XIX, al norte del Centro Histórico.
4. Barrios de El Tuerto, Gerona y el Administrador: al oriente del Centro Histórico, son asentamientos posteriores al terremoto de 1917, lo que actualmente constituyen el barrio de Santo Domingo.
5. Barrio de San Gaspar: Que quedó integrado al sur oeste del Centro Histórico.
6. Avenida Simeón Cañas, Hipódromo del Norte y Asunción, que constituye al norte el primer desplazamiento urbano del centro, con uso residencial fines siglo XIX.
7. Ciudad Vieja: Pueblo del período fundacional, siglo XVIII, que quedó absorbido en la actual zona 10 al sur del centro histórico.
8. San Pedrito y Santa Ana: Pueblos del período fundacional, siglo XVIII, que quedaron absorbidos en la actual zona 5 al sur oriente del Centro Histórico.

Al evolucionar durante la segunda mitad del siglo XX, una serie de factores incidieron acelerando su deterioro y desvalorización, lo que ha generado dificultad en percibir su alto valor patrimonial:

- Un cambio de uso de suelo, abandonando su uso original
- Implantación de criterios de arquitectura y urbanismo modernos, racionalistas, ajenos a su tejido urbano y arquitectónico, aceleraron su deterioro.
- Abandono de la actividad económica.
- Dejó de ser el centro del poder político
- El Centro Histórico continúa siendo el vestíbulo central de la vialidad de toda la metrópoli debido a falta de planificación.
- Disminución del valor económico del suelo.
- Los factores anteriores, unidos han generado una apreciación de desvalorización no apoyando su rescate.

Legislación vigente

La ley de Protección del Patrimonio Cultural de la Nación, vigente actualmente, aunque no perfecta, y requiere actualizaciones, es uno de los mejores modelos a nivel mundial, sin embargo su aplicación espera mejores logros. Estas son las siguientes:

- Legislación Protectora de los Bienes Culturales IDAEH.
- Ley de Conservación del Patrimonio Cultural Diario de Centro América decreto legislativo 26-97 y decreto legislativo 81-98.
- Reglamento del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala.

Evaluación de argumentos en contra y a favor de la conservación del Centro Histórico de la ciudad de Guatemala

Los principales argumentos en contra de su rescate y su contraparte son los siguientes:

1. No existe patrimonio que rescatar

Contraparte: Este argumento surge por ignorancia y desconocimiento del Centro Histórico, y porque el existente se encuentra desvalorizado. En muchos casos no es perceptible dentro del caos urbano. A medida que se efectúan intervenciones acertadas, se revalorizan sectores y generan apoyo y aprobación de la comunidad.

2. No es factible económicamente su rescate

Contraparte: Debido al deterioro del sector, que ha generado una baja de la plusvalía, esto ha causado desmotivación en la inversión privada. Con el recate sistemático, la plusvalía aumentará como ocurre en toda ciudad histórica rescatada.

3. Es más rentable demoler la edificación histórica para construir parqueos

Contraparte: Clandestinamente y sin licencia de autorización son demolidos edificios patrimoniales, para ubicar parqueos privados, con baja inversión y alta rentabilidad. Esto es producto de falta de planificación vial, inseguridad y mala calidad de transporte colectivo, además de la demanda de aparcamiento generada por un uso de suelo mal planificada. Con la debida planificación y aplicación de medidas relacionadas al uso del suelo, así como a la vialidad pública y privada, el Centro Histórico tendrá adecuadas opciones de movilidad para su acceso.

¿Qué futuro es el adecuado para el Centro Histórico de Guatemala de la Asunción? ¿Por qué razón no ha sido viable recuperar y rescatar el Centro Histórico de la ciudad de Guatemala de la Asunción?

Identidad y cultura, riqueza del Centro Histórico

Para abordar el tema de la riqueza e importancia del patrimonio cultural del Centro Histórico de la ciudad de Guatemala de la Asunción, en la identidad del guatemalteco, es importante considerar los siguientes planteamientos:

El patrimonio cultural no tiene ningún valor por sí mismo, su valor es adquirido y relativo al que le otorguen las sociedades, desde un valor local, regional, nacional o mundial.

Dentro del contexto guatemalteco actual, se están presentando cambios evolutivos acelerados, debido a la globalización como una realidad externa mundial, y al replanteamiento de nación, que se da dentro del marco de los acuerdos de la firma de la paz. Se ha avanzado en reconocernos dentro de nuestra diversidad y pluralismo cultural y dentro de esta realidad se encuentran los vecinos habitantes del mismo, los visitantes y usuarios en general del Centro Histórico actual.

“El desarrollo sostenible y el auge de la cultura dependen mutuamente entre sí (Estocolmo 1998), reconociéndose varios principios, entre los que se establece que uno de los fines principales del desarrollo humano es la prosperidad social y cultural del individuo. El acceso y la participación en

la vida cultural es un derecho inherente de las personas de toda comunidad, (Artículo 27 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, donde las Naciones Unidas pusieron de manifiesto la necesidad de la humanidad de ser partícipe de la cultura).

La conservación del Centro Histórico, refuerza el sentido y conocimiento de pertenencia, la propia identidad de grupo dentro de la diversidad cultural, esto es “El Yo Social”.

Este tema no involucra únicamente un mejoramiento físico del Centro Histórico sino un replanteamiento del proceso desde sus bases para adecuarlo al contexto actual. En pocas palabras puede sintetizarse así: “Adoptar la cultura de las propias personas, la que identifica a estos habitantes, vecinos y usuarios: es decir, de las personas con las que se entra en diálogo a través de la vida diaria del Centro Histórico.” En este proceso el patrimonio cultural es básico, pues es un objeto material portador de un símbolo de cultura. La cultura en la comunidad ya es un hecho, ya existe, la tarea de rescate del Centro Histórico consistirá en no traicionarla, no producir una cultura alienante, a través del nuevo uso.

El patrimonio cultural del Centro Histórico es fundamental: el concepto de su entorno, de sus templos, con sus solemnes cortejos y procesiones, locaciones de sucesos históricos, que mantienen viva la memoria colectiva, vestigios urbanos, arquitectura vernácula, en los barrios populares, materiales, técnicas constructivas, artes menores, pintura, escultura, procesos artesanales, para que a través del modelo de rescate del Centro Histórico de Guatemala se consolide la identidad comunitaria: la memoria histórica, acerca de quiénes han sido los ancestros, de quiénes son los actuales habitantes, sus modos de pensar, de ser, que se definen como valores culturales propios y distintivos de otras ciudades.

En esta vía están uniendo esfuerzos, tanto el Ministerio de Cultura y Deportes, la Dirección General del Patrimonio Cultural y Natural y la Municipalidad de Guatemala, a través del Consejo Consultivo del Centro Histórico, Renacimiento y Urbanística, entre otros. Son meritorios los proyectos núcleo en diferentes sectores, como el de la Plaza Mayor y el del Barrio de San Sebastián, conjuntamente con la Junta de Andalucía, España.

- Actualmente se ha avanzado en el rescate y conservación del Centro Histórico de la ciudad de Guatemala de la Asunción, pero esta función se inició tardíamente cuando buena parte de su patrimonio ya había sido destruido o desvalorizado.
- El crecimiento sin planificación de la metrópoli de Guatemala ha contribuido a este deterioro, lo que ha redundado en una baja de la plusvalía y el consecuente sub-uso del suelo.
- Las autoridades respectivas, hacen un buen trabajo pero requieren más apoyo político, económico y de concientización social hacia la comunidad y vecinos.
- Se debe comprender qué circunstancias sociales de cada época definieron la forma y expresión urbana y arquitectónica del centro histórico de la ciudad de Guatemala de la Asunción, como base para evaluar en nuestros días las propuestas de su rescate.
- Hacer uso de procesos que permitan contextualizar cualquier proyecto de rescate urbano y arquitectónico que se realice, dentro del grupo objetivo de usuarios y vecinos del mismo, puesto que la arquitectura es respuesta básicamente de una necesidad social, afirmando que se centra entonces en las características fundamentales de los grupos sociales. Esto implica densificar el uso residencial, uso del suelo, rescatando su función inicial, para ser un Centro Histórico vivo.
- Aprovechar el potencial de desarrollo urbano y arquitectónico existentes en el Centro Histórico de Guatemala de la Asunción, de las distintas épocas y períodos históricos, en las propuestas de su rescate. Identificar las características arquitectónicas que fundamentaron lo que actualmente es considerado como Patrimonio Cultural.

Los problemas que deben ser resueltos en el corto plazo, si se desea su rescate, dentro del marco de una política pública municipal e interinstitucional son:

- Transporte público: El Centro Histórico no debe continuar siendo el vestíbulo de vialidad de toda la metrópoli. En este sentido ya se tiene el proyecto del Transmetro, por Urbanística.
- Vendedores callejeros: que deterioran el entorno, uso del suelo y desmotivan la inversión privada, entre otras situaciones negativas. Ya se está trabajando en la reubicación de los vendedores de la 6a. avenida, con el proyecto de “El Amate”.
- No tolerar uso del suelo de actividades no permitidas en la legislación vigente como prostitución, narcotráfico, drogadicción, entre otras.

Promocionar dentro de los habitantes de la ciudad los beneficios colectivos del rescate y conservación del Centro Histórico de la ciudad de Guatemala a saber:

- Plusvalía de la propiedad
- Mejor calidad de vida
- Fortalecimiento de la identidad nacional
- Permanencia de la memoria histórica colectiva.

El Centro Histórico de la ciudad de Guatemala de la Asunción debe ser rescatado, lo que redundará en beneficio de todos los habitantes, vecinos, visitantes y usuarios en general. En toda ciudad, a nivel mundial, que se ha lanzado a rescatar sus centros históricos, los beneficios se han dado en el corto plazo, sobre todo en los económicos que redundan en una mejor calidad de vida.

Dibujo técnico, instrumento para expresarse...

M.A. Arq. Roberto Solares

Catedrático de dedicación completa - URL

Ante el rápido avance de los sistemas tecnológicos de la actualidad, no debemos perder de vista los instrumentos de que como arquitectos disponemos para comunicarnos. Considero sumamente oportuna la posibilidad de escribir unas pequeñas líneas destinadas a una importante forma de expresión entre los que nos relacionamos estrechamente en el campo de la arquitectura... EL DIBUJO TÉCNICO.

Esta herramienta de expresión tanto manual como computarizada es vital dentro de nuestro campo para poder transmitir todo tipo de ideas y pensamientos, razón por la que tanto académica como profesionalmente debe adquirir un alto grado de calidad.

Como docente de dedicación completa, donde se abarca el tema tutorial de alumnos con deficiencias en esta rama, siempre he procurado que el estudiante posea desde sus inicios en la academia las herramientas cognitivas y físicas necesarias para poderse expresar gráficamente de la mejor manera. Al principio es difícil, como todo en la vida, pero no es sino con la práctica como paulatinamente se logra el objetivo, elementos importantísimos para conseguirlo, la perseverancia y el esmero y sígo hablando tanto manual como con sistemas CAD, por sus siglas en inglés: diseño y/o dibujo asistido por computadora.

En los últimos tiempos se debate en las mesas de las autoridades universitarias si el dibujo debiera ser a mano o por medio de un sistema computarizado...

al final de cuentas no debiera importar, toda vez que se haga con la calidad mínima necesaria para que sea de fácil entendimiento.

El docente actual no debe oponerse al avance tecnológico en materia de dibujo, pero es sumamente importante no perder de vista en qué nivel académico se hace el cambio, en la medida que el alumno domina el dibujo manual y sus conceptos principales será más fácil implementar el sistema computarizado, como es obvio y todos los sabemos la máquina hace lo que el hombre le diga que haga. Se observa un deseo prematuro y generalizado de los estudiantes de recién ingreso por dibujar en computadora sin ni siquiera conocer a fondo las técnicas básicas y formas de dibujo manual. El dibujo técnico (instrumentos) y/o artístico (mano alzada) sea hecho a mano o no, ha sido, es, y será el elemento de comunicación más importante dentro de la arquitectura, tanto a nivel académico como profesional, razón por demás importante en la que debe tener especial cuidado cuando se enseña y muchísima atención cuando se aprende.

En los cursos de dibujo, el proceso enseñanza-aprendizaje debe ejecutarse con mucha atención ya que será vital para su desarrollo en las áreas proyectual y humanística. El estudiante tomando como base su formación integral dentro de la academia, decide el momento en que se traslada del dibujo manual al dibujo por computadora, el docente como guía/tutor deberá velar porque lo haga en las mejores condiciones teórico/prácticas, de allí nuestra gran responsabilidad. Cuando un estudiante que se ubica en la mitad de la carrera de arquitectura y si así lo desea, debiera iniciar su traslado paulatino al uso del CAD, sí y sólo sí, su instrucción ha sido la adecuada. Habrá muchos mecanismos, formas, ideas, sistemas y soluciones para poder dibujar correctamente, pero soy de la idea de que “lo básico es lo básico”...si un estudiante maneja adecuadamente la forma manual con la que se inició en la academia, no tendrá ningún tipo de problema al introducirse al campo de la computadora, creando así una base sólida en cuanto a su conocimiento y aptitudes sobre las prácticas de dibujo.

Metromorfosis

Arq. Juan Carlos Mejía, Ph.D.
Catedrático de dedicación completa - URL

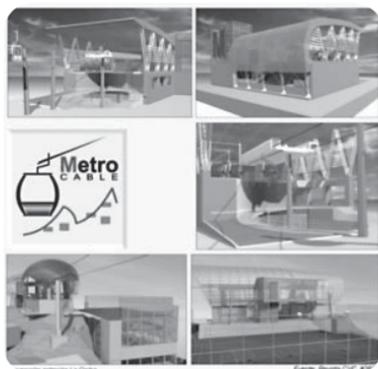
El término “Metromorfosis”, es el concepto con el cual he bautizado un revolucionario sistema de movilidad, único en su género, que aunque pudiésemos pensar que se presenta como un mecanismo utópico, es una completa realidad. Un proceso que me fue importante vivir desde que se gestó hasta verlo funcionando, creciendo y hacer uso del mismo. Fue uno de los factores importantes que me encausaron hacia la profesionalización y postura ante la urbe. Una realidad plasmada dentro de una de las sociedades más pujantes de América Latina, cuyo carácter se ha forjado a partir de ser considerada durante los años 80’s - 90’s “la ciudad más violenta del mundo”, superando su peligrosidad a Beirut en su momento. Esta imagen impartida en el ámbito internacional, junto con la fama de productor de ilícitos que acompaña el cartel de esta mi ciudad, está hoy en el recuerdo lejano de una realidad vivida pero superada como el Ave Phenix.



Es hoy Medellín, la ciudad pionera no sólo dentro de Colombia, sino dentro de América del Sur, como escenario de múltiples actividades comerciales, económicas, culturales y artísticas que se han venido desarrollando a partir de un fenómeno que aunque pareciera aislado a toda esta problemática, se convirtió en una importante línea estructurante de todos los rubros anteriormente mencionados. La alguna vez considerada “la ciudad más violenta del mundo”, es a mucho orgullo,

una de las más seguras en el país. ¿Puede un sistema de transporte masivo proporcionar todos los ingredientes para solucionar los problemas de una metrópolis? Bueno, ciertamente no todos, pero sí definitivamente toca cada uno de los mismos, y así como en un sistema vivo; si la sangre corre por venas limpias y sanas, el resto del organismo se irradia con efectividad. Bajo esta premisa la movilidad dentro de una ciudad, es la que irradia todas las actividades generadas.

Metromorfosis es pues, el cambio socio-urbano que se genera a partir de este sistema. Este sistema sin embargo no viene a reemplazar ninguno pre-existente, por el contrario, viene a complementarlos. Y es importante esta aclaración, debido a su efecto de amalgama entre todos los sistemas. Su conveniencia radica en fusionar los diferentes segmentos del sector de transporte en Cooperativas que permitan negociar fácilmente en el futuro de los avances y proporcionar tecnológicamente bases sólidas de un correcto funcionamiento en todos los ámbitos. Y aún más, la seguridad ansiada y esperada de todos los usuarios. Es hoy tema de intranquilidad, la implacable ola de delincuencia que afronta el sistema de transporte masivo en Guatemala. Nadie es ajeno a dicha instancia, sin embargo, si la propuesta además de ser un sistema complementario y eficiente, que fusiona todos los sistemas existentes y alternativos y que además ofrece seguridad tanto a usuarios como a trasportistas; creo que el terreno va tomando un ángulo del prisma mucho más brillante que si solo fuese un sistema de movilidad urbana convencional.



Cada Estación de Traslado permite hacer interconexión entre todos los sistemas de transporte, esto quiere decir, desde el vehículo personal, pasando por los sistemas convencionalmente conocidos (taxis, buses, microbuses, rutas, etc.) hasta llegar al Metro y/o Metrocable. En su interior debe existir un CAI (Centro de Atención Inmediata), que no sólo pueda ser efectiva dentro de cada estación, sino de igual manera en el sector en

el cual convive apropiándose del mismo. Propiciará un ambiente de confianza y permanencia de parte de la ya muy deteriorada imagen de la Policía. Hará de cada estación un sitio seguro y un sector seguro. Tendrá además un Centro de Salud, espacios de encuentro; como Food Court, entidades bancarias, comercio y espacios comodines (bibliotecas temáticas, Sala de conferencias, video-cafés, cinemas) y muchas otras múltiples actividades, que se generarían en cada una de ellas, proporcionando así una independencia económica que es usualmente uno de los limitantes al momento de invertir en un proyecto de gran envergadura. Esto permite cierto dinamismo a cada estación de trasbordos, su independencia económica, además de generar un sinnúmero de nuevos empleos. Como efecto de presencia y apropiación del espacio, muchas estaciones permitirán estacionamientos de vehículos, lo que exhortaría al ciudadano a dejar sus vehículos, de allí tomar el sistema de transporte, convirtiéndose además en un motivante recurso para disminuir el flujo vehicular sin incurrir en dramáticos procesos obligados de restringir la circulación de transportes basados en la numeración de sus matrículas o placas, lo cual genera exactamente el efecto contrario; como fue demostrado en ciudades como Santafé de Bogotá, D.C. y Ciudad de México. Además siendo el interés del sistema adecuarse a la integridad cultural de cada sector, puede involucrar actividades como canchas polideportivas en las plataformas de cubiertas de los estacionamientos, permitiendo así maximizarse en usos y actividades, un punto que se presentaría someramente como una sencilla parada de sistema de transporte, pasa a convertirse en todo un hito dentro de cada zona.

Es tiempo de hacer ciudad, pero con la conciencia y reflexión que amerita esa responsabilidad. Concientizar a todos los profesionales de todos los gremios que existen mecanismos alternativos no utópicos que a prueba muestran ser sólidas rutas de desarrollo, fomentando una calidad de vida y afianzando los valores morales y de conducta que debemos forjar dentro de un civismo aún efímero y despersonalizado. Es de igual manera momento de educar colectivamente por medio de espacios físicos, el correcto devenir de todos los integrantes de la comunidad. Gestar y propiciar ideas, como principio de creatividad y audacia para enfrentar una problemática que pareciera se queda estancada sin soluciones viables contundentes, sino mecanismos es-

tránguladores de espacios y obstrutores de vías arterias. Integrar todas las ramas del diseño como inequívoco complemento de un sano desarrollo, es la propuesta postulada.

Arquitectura verde

Arq. Víctor Taracena
Catedrático Woodbury University, USA

¿Qué exactamente es la arquitectura verde?

Arquitectura verde es un enfoque de la construcción que se ha vuelto más frecuente en los últimos 25 a 30 años. También conocido como diseño sostenible, la arquitectura verde es simplemente un método de diseño que minimiza el impacto de la construcción sobre el medio ambiente. Una vez considerados como no convencionales y no-estándar, la arquitectura ecológica se está convirtiendo rápidamente aceptado por las dos agencias reguladoras y el público en general como un medio socialmente responsable y lógico de la construcción.

Los comienzos de la actual revolución verde se remontan a la conciencia social de la década de 1960 y el diseño europeo, como se encuentra en Escandinavia. A partir de estos orígenes, nuevas técnicas de construcción han llevado al desarrollo de materiales innovadores y conceptos de diseño. En efecto, diseñado con éxito los proyectos ecológicos pueden incluir una amplia gama de factores, que van desde el uso de recursos de materiales, a un cuidadoso examen de la función, el clima, y ubicación.

Entonces, ¿qué hace que algo sea “verde”?

Los conceptos de la arquitectura verde en general, se pueden organizar en varias áreas de aplicación. Estas áreas incluyen la sostenibilidad, los materiales, la eficiencia energética, uso de la tierra, y la reducción de residuos.

“One reason we are in so much trouble is that our modern culture is paradoxically behind the times, still assessing the world the way it did in the nineteenth or even eighteenth centuries: as a place of inexhaustible resources, where man is at the pinnacle of creation, separate from and more important than anything around him.”

*-David Suzuki
From **Naked Ape to Super Species**, pg.6*

Sostenibilidad

Los edificios verdes no sólo son diseñados para un uso actual, pero cuenta también la posibilidad de usos futuros. Una estructura adaptable puede ser "reciclada" en muchas ocasiones a lo largo de su vida útil. Si las cuestiones técnicas específicas del edificio se necesitan para una nueva función, los materiales utilizados en su construcción se han diseñado para facilitar su reciclado y reprocesamiento de los materiales.

Materiales

Los edificios consumen una variedad de materiales en su construcción. Diseño ecológico reduce la dependencia de los productos intensivos en recursos y materiales. Hoy en día, hay un creciente número de productos disponibles a partir de eficiente, de la tierra-amistosa, o de materiales reciclados. En un edificio verde, también se considera el proceso de construcción en sí. Materiales que reduzcan al mínimo los residuos o pueden ser reciclados, ayudan a contribuir a un proceso de construcción eficiente y ambientalmente sensibles.

Eficiencia energética

Otro aspecto importante del diseño verde es la integración de la energía eficiente de los sistemas mecánicos y los métodos de conservación. Los edificios verdes están diseñados para reducir o eliminar la dependencia de los combustibles fósiles. Además, los diseños verdes ayudan a minimizar los

residuos mediante el uso de reciclado de aguas grises y otras estrategias de energía sostenible.

Uso de la tierra

La selección del sitio y la orientación del edificio también desempeñan un papel crítico en el diseño de color verde. Un edificio verde es ubicado para aprovechar su clima y sus alrededores. Estas condiciones no sólo afectan a la eficiencia de un edificio, sino a la comunidad y la sociedad en su conjunto. En la planificación para el uso responsable de la tierra se tratan estas cuestiones a través de la consideración del clima, el transporte y el medio ambiente natural.

Reducción de residuos

Es asombrosa la cantidad de residuos generados por la construcción de un edificio típico. Los edificios verdes están diseñados para eliminar los residuos mediante el uso de sistemas modulares de construcción, productos reciclados, y el uso eficiente de los materiales. El edificio verde ideal sería no crear ningún desecho, ya sea durante la construcción o el uso, por lo que el impacto sobre el medio ambiente y los recursos se reduce al mínimo.

Resumen

Hoy en día, el diseño sostenible se está convirtiendo en una parte natural de un número cada vez mayor de los edificios. Como los recursos naturales disminuyen, diseño verde tendrá un papel fundamental en nuestro medio ambiente construido. Como arquitectos, tenemos una obligación con la sociedad para actuar como buenos custodios de este planeta mediante el desarrollo y la aplicación de las filosofías de diseño sostenible que buscan mejorar la calidad del entorno construido, reduciendo al mínimo o incluso eliminar los efectos negativos para el medio ambiente natural.

Incidencia de la filosofía en la arquitectura

M.A. Arq. Mauricio Valencia
Catedrático - URL

Tanto la filosofía como la arquitectura pertenecen a las fases mentales de la creatividad del ser, una en el plan conceptual teórico del pensamiento humano y la otra en el plano objetual constructivo del habitar de este mismo ser. Aunque existen numerosas opiniones respecto a su posible interrelación, la mayoría de filósofos no consideran a la arquitectura como parte intrínseca del campo del saber filosófico. Sin embargo, sí existen otros pensadores que atribuyen a la ciencia del diseñar y construir el espacio una propia “Filosofía de la Arquitectura”, en tanto se refiere a obras construidas ejemplares del significado del pensamiento del ser. Puesto que, el hacer cultural y político del mundo se conforma, precisamente a partir de ideas que provienen del campo de la filosofía y su relación con la arquitectura.

“Una noción hoy bastante aceptada es que por su propia naturaleza la arquitectura está vinculada y es reflejo del pensamiento y las características sociales de la época en que se desarrolla”.¹ Sin embargo el problema filosófico desde siempre ha sido una cuestión inquietante para el hombre en su transcurrir histórico, y éste ha producido una serie de teorías que dan explicación a las interrogantes de la vida del ser existencial en su contexto físico y espiritual. En muchos casos es necesario recurrir a las consideraciones objetuales de la ciencia arquitectónica para expresar los intrincados pensamientos filosóficos.

1 Goycoolea Prado, Roberto. Artículo: Introducción a Filosofía y Arquitectura del 10 junio de 2006 en <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/contenidos.html>

Ya antes pensadores como: Platón, Aristóteles, Kant, Hegel, Heidegger, Nietzsche, Marx, Gadamer o Riccouer, entre otros, construyeron su meta-lenguaje filosófico desde la concepción hermenéutica y semiótica lingüística, ejemplificando con la verbigracia arquitectónica, las ideas y conceptos que conforman los procesos mentales del pensar con términos como: edificativo, construcción, proyecto, proyectual, estructura, estructural, funcional o forma, etc. Tanto F.L. Wright, Le Corbusier, M. van der Rohe, Alvar Aalto, Louis Khan y otros, integraron la filosofía y la arquitectura a sus obras, haciendo que tanto el pensamiento y acción concordaran con los distintos requerimientos desarrollados en la fase creativa de sus obras.

No hay duda que la arquitectura es un elemento importante dentro de nuestra sociedad, algunos aseguran que toda arquitectura es arte, viéndola como una necesidad humana de supervivencia y es que en cierta forma es una ciencia capaz de abarcar a muchas otras. A pesar de que posee una naturaleza técnica tiene un marcado carácter humanista ya que, realizada por y para el hombre, se convierte a veces en iconos para ideologías y expresiones filosóficas. Se mencionó también cómo puede convertirse en un lenguaje comunicador de sentimientos e ideas.

Los grandes maestros europeos del Renacimiento que eran poetas, filósofos, científicos, artistas... al tiempo que arquitectos, dominaban toda ciencia que tuviera relación con lo humano, personificando al "Uomo Universale", espejo del espíritu de una época. "Hacían arquitectura para el hombre, siguiendo los principios que deben reunir los edificios y que Vitrubio recoge en sus escritos; a saber, *firmitas* (firmeza), *utilitas* (utilidad) y *venustas* (belleza). Ellos fueron quienes abrieron la puerta a muchos otros arquitectos que han logrado que la arquitectura trascienda lo puramente formal o funcional..."²

2 De Pablo Fernández, Pedro ¿Arquitectura y filosofía? Curso Filosofía del Lenguaje II Cátedra: Prof. Jaime Nubiola Universidad de Navarra, España, marzo de 2006. También más adelante Vitrubio refiere que "La Filosofía presta al arquitecto elevación de miras, le impide ser altivo y le hace por el contrario afable, justo, leal y lo que es muy importante, exento de avaricia, ya que no es posible llevar a cabo una gran obra sino con lealtad y desinterés". Vitrubio, *Los diez libros de la arquitectura*.

La filosofía y la arquitectura no son pues, ajenas en su quehacer, después de todo, son fruto del pensamiento humano y por tanto comparten la más intrincada interrelación en cuanto a contenidos y significados, las obras del hombre perduran si logran trascender al paso del tiempo, al igual que la filosofía, se mantienen y sirven de referencia para la modernidad. Los paradigmas del mundo transforman nuestro espacio vital, tanto los cambios sociales, culturales, políticos o económicos se reflejan en la construcción racional del gigantesco hábitat humano que es la ciudad.³ Y de su mantenimiento y sostenimiento debemos ser responsables, más aún si somos los próximos creadores de los lugares y las mentes en donde se desarrollará el pensamiento y el quehacer del hombre del futuro, anticiparse a los hechos nunca es tarde cuando hablamos del comportamiento humano y sobre todo cuando este se pronostica adverso y “lleno de escasez”. Educar a las próximas generaciones para ello y como complemento al aprendizaje que se realiza en las escuelas de arquitectura se hace necesario, retomando la reflexión sobre la importancia de la formación humanista y que ayude al próximo arquitecto o diseñador a comprender mejor al hombre y sus necesidades en su devenir filosófico-arquitectónico.



-
- 3 Platón, expuso cómo el uso de la razón es indispensable para el diseño de la ciudad, en el *Libro VI de la República*, expresa las ventajas de utilizar al diseñar la racionalidad planificadora. De esta manera tanto filósofos, arquitectos, urbanistas, políticos y planificadores cuestionan y mantienen este debate, algunos sin conocer su origen: “La ciudad no tiene otra posibilidad de ser jamás feliz sino en el caso de que sus líneas generales sean trazadas por los dibujantes que copian de un modelo divino. No cesarán los males de la ciudad y de los ciudadanos, ni se verá realizado de hecho el sistema que hemos forjado en nuestra imaginación, mientras no llegue a ser dueña de las ciudades la clase de los filósofos. No habrá jamás ninguna ciudad ni gobiernos perfectos, ni tampoco ningún hombre que lo sea, hasta que, por alguna necesidad impuesta por el destino, estos pocos filósofos, a los que ahora no llaman malos, pero sí inútiles, tengan que ocuparse, quieran que no, en las cosas de la ciudad, y ésta tenga que someterse a ellos”.

El legado arquitectónico en la Sexta Avenida

Dr. Aníbal Chajón¹
Catedrático - URL

La calle más importante de la ciudad de la Nueva Guatemala de la Asunción fue, hasta las postrimerías del siglo XX, la Sexta Avenida de la zona 1. Fue un eje vial tan importante que fascinó a más de un poeta y artista. Lo mismo sucedió a los habitantes de la urbe, a tal punto que surgió el sexteo como forma de actividad social que generó identidad ciudadina y pautas de comportamiento en sociedad.

En el presente artículo se aborda una pequeña descripción del legado arquitectónico que ha sido construido en la importante vía ciudadina y es una prolongación de otra investigación del autor, publicada en 2007 en el libro titulado *De Calle Real a Sexta Avenida, vida cotidiana en el Centro Histórico*, publicado por el Centro de Estudios Folklóricos de la Universidad de San Carlos.

La añeja Calle Real

Para los primeros habitantes de la ciudad de Guatemala, a finales del siglo XVIII, el eje vial que conducía al Real Palacio era la Calle Real, que se prolongaba desde la entrada a la ciudad por el sur, en la plazuela de San Francisco, predio destinado originalmente a la parroquia de Los Remedios, y terminaba frente a la sede del gobierno hispánico en el reino de Guatemala.

1 Doctor en sociología por la Universidad Pontificia de Salamanca y licenciado en historia por la Universidad Francisco Marroquín.

Para los hispanos, las calles reales eran aquellas que habían sido establecidas por orden del monarca, quien garantizaba la seguridad de los súbditos que transitaban por ellas. Lo mismo ocurría con los caminos que comunicaban una población con otra, si estaban bajo la protección del rey eran “caminos reales”. En el contexto del lugar de origen de los inmigrantes hispanos que llegaron al continente americano durante la dominación castellana, hubo calles y caminos de individuos particulares, por lo general nobles. Sin embargo, esto no ocurrió en Guatemala, pues todas las calles y caminos estaban bajo la protección del rey. Por ello, la Calle Real designaba a la principal vía de una población. De manera que, al constituirse la Calle Real en el eje de la actual Sexta Avenida, la mayoría de las viviendas construidas en sus costados pertenecieron a familias importantes en el plano social, político y económico de la naciente urbe, entre ellos: Rubio y Gemir, Córdova, Porras, Rivera Cabezas y Romaña. Durante el periodo liberal, posterior a 1871, residían en las casas de la Calle Real familias como Herrera, Samayoa, Orantes, Cruz, Saravia y Arzú².

Por la brevedad de este espacio, solamente se comentarán las construcciones de una manzana de la Sexta Avenida.

Empresa Eléctrica

El edificio construido para alojar las oficinas centrales de la Empresa Eléctrica ocupa uno de los escenarios más ajetreados de la vida citadina. En la distribución original de los lotes por las autoridades de la Corona, el predio comprendía desde el terreno de la actual Empresa Eléctrica hasta la institución bancaria, en el poniente. Los funcionarios designaron el espacio para la construcción de la vivienda de los ministros de la Real Audiencia³, ya que el Real Palacio, sede de la Audiencia, Real Acuerdo y otras oficinas administrativas estaba enfrente, en el espacio que actualmente ocupan el Parque Centenario, el edificio de la Biblioteca Nacional y el antiguo edificio del Instituto de Previsión Militar. Por las circunstancias del traslado de la ciudad, desde

2 LUNA RUIZ, Francisco: *La Calle Real de la Ciudad de Guatemala*. Anales de la Academia de Geografía e Historia. Tomo LVII, 1983, página 198-222.

3 LUNA, Op. cit.

Panchoy hasta el valle de La Ermita, las viviendas tuvieron prioridad y fueron construidas con mayor premura que los edificios públicos⁴, por lo que esta casa estuvo finalizada antes que las oficinas del palacio, del otro lado de la calle. El personaje más importante que residió en esta casa fue el presidente de la audiencia, gobernador del reino y capitán de los reales ejércitos don José Domás y Valle, quien gobernó el territorio entre 1794 y 1801⁵.

A principios del siglo XIX, la Corona se vio en la necesidad de vender algunos bienes para sufragar las guerras contra Inglaterra, por lo que la propiedad fue transferida a particulares. La casa pasó a manos de Juan José Castro, luego a Ramón Bengoechea y, a finales del siglo XIX, a José Tomás Larraondo y Urruela⁶. Cuando Larraondo era el propietario, la vivienda fue ocupada en alquiler por uno de los personajes más importantes en la política guatemalteca, el presidente Justo Rufino Barrios, quien la utilizó como residencia particular durante su gestión, desde 1873 hasta su muerte, en 1885, tiempo durante el cual la calle había recibido el nombre de 30 de junio y, a partir de 1877, el nombre de Sexta Avenida⁷.

Posteriormente, la propiedad pasó a José María de Pereda y Sánchez de Purrúa, más tarde a la familia Castillo Azmitia y, a principios del siglo XX, fue dividida entre la Empresa Guatemalteca de Electricidad Incorporada, Lorenzo Pemüeller Cifuentes y Gedael Mann Flamenbaum y Tova Najman Mendelsohn de Mann⁸. Frente a la residencia fue asesinado, en 1898, el entonces presidente, sobrino de Barrios, José María Reyna Barrios⁹, cuando

4 ZILBERMANN, Cristina. *Aspectos socio-económicos del traslado de la ciudad de Guatemala*. Academia de Geografía e Historia de Guatemala, 1987.

5 JUARROS Y MONTÚFAR, Domingo. *Compendio de la historia de la ciudad de Guatemala*. Academia de Geografía e Historia de Guatemala, Biblioteca Goathemala, Volumen XXXIII, 1999. Página 219.

6 LUNA, Op. cit.

7 GELLERT, Gisela. Ciudad de Guatemala: factores determinantes en su desarrollo urbano (1775 hasta la actualidad). En: *Mesoamérica*. Número 27. Centro de Investigaciones Regionales de Mesoamérica y Plumsock Mesoamerican Studies, Antigua Guatemala-Vermont, 1994, página 39.

8 LUNA, Op. cit.

9 Cfr. CONTRERAS, Daniel. La Reforma Liberal. En: *Historia General de Guatemala*. Tomo IV. Asociación de Amigos del País, Fundación para la Cultura y el Desarrollo, Guatemala, 1995, página 189.

se dirigía del Teatro Colón al Palacio Presidencial (donde ahora se encuentra la Biblioteca Nacional).

Después de los terremotos de 1917 y 1918, se levantó el actual edificio de la Empresa Eléctrica, a cargo del ingeniero Luis Schlessinger Carrera¹⁰. El edificio fue construido con base en una estructura de hierro remachada y concreto, con un diseño realizado en Estados Unidos y adaptado para el entorno guatemalteco. Se inauguró en 1924. Su aspecto exterior fue decorado sobriamente, con diseños inspirados en el Art Decó y se colocó un rótulo luminoso que se convirtió en uno de los atractivos a visitar en la Sexta Avenida. La primera planta fue destinada a la atención al público de la empresa y contó con locales comerciales, entre los que destacó la librería La Lectura y la venta de cajas registradoras de don José Azmitia, uno de los líderes contra el gobierno de Manuel Estrada Cabrera¹¹.

Hotel Panamerican

Los propietarios originales del solar que ocupa el actual hotel Panamerican fueron Antonio Urruela Urruela y Valle y María Teresa Jacoba de Urruela y Urruela¹². Después de los terremotos de 1917 y 1918, se levantó el actual edificio, bajo la dirección del ingeniero Giracca¹³. El edificio, destinado al hotel Astoria, fue diseñado en torno a un amplio salón para recepciones, con las habitaciones alrededor, que cuentan con balcones hacia la Sexta Avenida y la 8ª calle. La decoración original pertenecía al movimiento del Art Decó, que surgió como un arte elitista en 1925 y que se inspiró en la belleza de las figuras geométricas que se requería para el diseño de maquinaria industrial. A diferencia del anterior movimiento, el Modernismo, el Art Decó revalorizó la estética surgida de las máquinas y la riqueza que generaban, aunque con materiales costosos¹⁴.

10 Información proporcionada por la hija del ingeniero, María Elena Schlessinger.

11 Información proporcionada por el antropólogo Carlos Navarrete.

12 LUNA, Op. cit.

13 Información proporcionada por el antropólogo Carlos Navarrete.

14 ESQUEDA, Xavier. *Art Decó, reflejo de una época*. Centro de Investigación y Servicios Muscológicos, UNAM, México, 1986.

Los seguidores del Art Decó buscaron inspiración en temas exóticos para Europa, como las culturas orientales, y en América, en el pasado arqueológico. Se atribuye la introducción del Art Decó en Guatemala al arquitecto, graduado en Francia, Rafael Pérez de León¹⁵, quien participó en la construcción de la Aduana, la Casa Presidencial y Sanidad, además del Palacio Nacional. En este hotel se alojaron importantes personalidades de la época, entre las que destacan los equipos arqueológicos que exploraron el territorio guatemalteco, como Sylvanus Morley¹⁶. Mientras tanto, en el primer nivel se instalaron comercios como la antigua farmacia Klee y la cafetería Las Américas¹⁷.

Pasaje Rubio

Este solar fue asignado originalmente a la Real Aduana y, por las mismas razones que la casa al poniente, fue vendida a particulares, quedando, a principios del siglo XX, en manos de la familia Rubio. El Pasaje fue estrenado en 1929. Es una obra realizada en concreto reforzado por el arquitecto de origen español Cristóbal Azori¹⁸. El edificio presenta la concepción desarrollada un siglo antes en los ejes destinados al comercio que surgieron en Italia para concentrar las actividades de intercambio en espacios abiertos pero al resguardo del clima, en especial la Galería Umberto I, en Nápoles, construida en 1855, por Emanuele Rocco y Paolo Boubée, y la Galería Vittorio Emanuele II, en Milán, obra de Giuseppe Mengoni finalizada en 1877. En Guatemala, el antecedente directo es el Pasaje Enríquez de Quetzaltenango, obra del italiano Alberto Porta y concluido en 1900¹⁹.

Los ambientes del Pasaje Rubio fueron distribuidos en dos niveles, para pequeños comercios en la parte inferior y para oficinas y apartamentos en la parte superior, mientras que la iluminación interna fue posible gracias a vidrios colocados en estructuras metálicas. Las balaustradas aún muestran

15 RECINOS, Efraín. Aproximación a la arquitectura de Rafael Pérez de León (1896-1958). (Catálogo) Fundación Paiz, Guatemala, 1993.

16 Información proporcionada por el antropólogo Carlos Navarrete.

17 Información proporcionada por la archivera Irma Ponce.

18 HERNÁNDEZ, Favio. Precursores de la arquitectura moderna en Guatemala, la generación de los 20. Tesis de grado, Universidad de San Carlos de Guatemala, 1997.

19 BONILLA, Rolando. Arquitectura. En: *Historia General de Guatemala*. Tomo IV. Asociación de Amigos del País, Fundación para la Cultura y el Desarrollo, Guatemala, 1995, página 646.

resabios historicistas. Sin embargo, algunos elementos dan muestra de la evolución al Art Decó, especialmente en la creación de elementos decorativos de formas geométricas en los muros. Entre los comercios más importantes que se establecieron en su interior, sobresale el bar El Portal, que frecuentaban personajes destacados en diferentes ámbitos, como Miguel Ángel Asturias²⁰, así como varias joyerías y librerías (restaurado recientemente).

Edificio La Perla

El solar perteneció a Pedro de Aycinena y Larrain²¹ y, para el siglo XX, era propiedad de la familia Asturias, por lo que, tras los terremotos de 1917 y 1918 se decidió la construcción de un edificio de apartamentos, comercio que fue conocido como Pensión Asturias. Sin embargo, el edificio recibió el nombre de La Perla, por la joyería de los alemanes Raymond, Herman y Félix Schäfer Kingley²², amigos de la familia Asturias y quienes habían creado el establecimiento años antes, una cuadra hacia el oriente.

En su tiempo, el edificio La Perla fue uno de los más altos de la ciudad de Guatemala, junto con el Pasaje Rubio y las torres en reconstrucción de las iglesias. Fue diseñado por los también alemanes Roberto Hoegg, Wilhelm Krebs y Antón Holzheu²³. En la obra se recurrió al concreto reforzado y a una decoración plenamente Art Decó, con una torrecilla cilíndrica en la esquina que marcó el eje urbano y el significado del sexteo. Hoegg había llegado para realizar la construcción del Banco Nottebohm²⁴ (actual Contraloría de Cuentas, 5ª avenida y 10ª calle), por su experiencia en el manejo del concreto en su país de origen y, por ello, le acompañaron Krebs y Holzheu. El edificio La Perla fue concluido en 1927. En el primer nivel, además del almacén La Perla, estuvieron Biener y Mi Amigo, también comercios de alemanes.

Desde la finalización de La Perla, se convirtió en un sitio de referencia en la ciudad de Guatemala, por la calidad de las piezas de precisión, porcelana

20 Información proporcionada por el antropólogo Carlos Navarrete.

21 LUNA, Op. cit.

22 Información proporcionada por la señora Mercedes Aguilar Schäfer de Castillo.

23 Información proporcionada por el arquitecto Max Holzheu.

24 HERNÁNDEZ, Op. cit.

y joyería que expendía, así como por ser uno de los sitios más frecuentados por los consumidores de alta capacidad económica y por los curiosos que observaban la decoración de las vitrinas, especialmente en la época en que se establecían competencias, patrocinadas por la municipalidad capitalina.

Una cuadra, dos hileras de construcciones con un pasado interesante, plagado de anécdotas para ser escuchadas, éxitos económicos y políticos, sucesos nefastos, decisiones de gobierno, en fin muchas historias conocidas y muchas otras desconocidas. En nueva oportunidad, se narrarán anécdotas de las otras cuadras que son testigos del legado arquitectónico de la Sexta Avenida.



Construcción del edificio La Perla, cortesía de Max Holzheu.



Otro ángulo de la construcción del edificio La Perla, cortesía Max Holzheu.



El edificio de la Empresa Eléctrica en 2006 (foto del autor).



El antiguo hotel Astoria, hoy Panamerican en 2006
(foto del autor).

El docente, la institución y el proyecto educativo universitario

M.A. Arq. Víctor Leonel Paniagua
Catedrático - URL

1. Introducción

Los procesos de acreditación de los programas académicos de las licenciaturas en arquitectura y diseño son muy importantes. En principio porque nos hacen volver nuestra mirada y mente a las raíces y el ideario de la institución universitaria que los alberga. Adicionalmente, le permite a la institución establecer un orden interno y la recolección de los documentos que a lo largo de su historia han servido de fundamento teórico para su construcción.

Los tres pilares de nuestra universidad son la docencia, investigación y proyección social. Los objetivos, misión y visión tanto de la Universidad como de la Facultad de Arquitectura y Diseño, deben ser interiorizados por el personal académico administrativo y los docentes, si se pretende que los estudiantes los conozcan. Esta inducción de estos temas a todos los docentes, desde quien imparte por primera vez un curso hasta los que son una leyenda dentro del claustro es fundamental.

En la institución en la que sirvo docencia actualmente hay tres áreas principales de formación: el área humanística, el área tecnológica y de producción, y el área proyectual. Estos ejes principales son apoyados por otros dos que son propios del pensamiento de nuestra institución, el de EDPS (experiencias de desarrollo personal) y el de proyección social.

En el área humanística están involucrados los contenidos de los cursos relacionados con la historia del arte y la cultura, teorías de la arquitectura, teorías urbanas, las diferentes etapas o períodos de la arquitectura guatemalteca, patrimonio cultural y conservación del mismo, últimas tendencias en la arquitectura, ecología y medio ambiente, legislación, etcétera.

En el área tecnológica y de producción están involucrados los contenidos de los cursos relacionados con topografía, materiales y sistemas constructivos, cálculo estructural, dibujo de planos, presentaciones y modelos arquitectónicos, las instalaciones de agua potable, drenajes de aguas pluviales y aguas negras, eléctricas, especiales, carpintería, herrería, presupuestos, supervisión y programación de obras, etcétera.

En el área proyectual están involucrados los contenidos de los cursos relacionados con fundamentos del diseño, proyectos arquitectónicos, metodología del diseño, metodología de la investigación, proyecto de grado o tesis, etcétera. Esta área es la columna vertebral de la carrera y en donde se integra el conocimiento.

Los cursos llamados EDPs plasman el pensamiento propio y particular de una universidad jesuita. Entre ellos puedo mencionar los cursos de: Pensamiento Ignaciano y Landivariano, Estrategias de comunicación lingüística, Introducción a los problemas del ser humano, Introducción a los problemas de la sociedad guatemalteca, Ética, ¿Quién fue Jesús de Nazareth?, etcétera.

La proyección social universitaria es muy importante, la mayoría de estos proyectos que son autorizados por una unidad específica de la Universidad, se desarrollan en diferentes cursos de proyectos arquitectónicos a nivel de anteproyecto. Es una vinculación muy importante entre el instituto de investigación, la facultad y las comunidades que solicitan estos proyectos. En la facultad se trabaja fuertemente la investigación formativa y la formal se trabaja con docentes y alumnos en el INDIS (Instituto de Investigación en Diseño).

El paradigma pedagógico ignaciano por sus siglas (PPI) está formado por cinco pasos: el contexto del aprendizaje, la experiencia, la reflexión, la acción

y la evaluación. Los cuales le dan ese sello propio y que describo brevemente a continuación:

- *El contexto del aprendizaje* se refiere al papel que juega el profesor al entender el mundo del estudiante, incluyendo: las formas en que la familia, amigos, compañeros, la subcultura juvenil y sus costumbres, las presiones sociales, la vida universitaria, la política, la economía, la religión, los medios de comunicación, el arte, la música y otras realidades que están impactando ese mundo y afectan al estudiante para bien o para mal.
- *La experiencia* implica cualquier actividad en la que, junto a un acercamiento cognoscitivo a la realidad de que trata, el alumno percibe un sentimiento de naturaleza afectiva. En cualquier experiencia, el alumno percibe los datos cognitivamente.
- *La reflexión* alude a la memoria, el entendimiento, la imaginación y los sentimientos que se utilizan para captar el significado y el valor esencial de lo que se está estudiando, para descubrir su relación con otros aspectos del conocimiento y de la actividad humana, y para apreciar sus implicaciones en la búsqueda continua de la verdad y la libertad. Con el término *reflexión* se expresa la reconsideración seria y ponderada de un determinado tema, experiencia, idea, propósito o reacción espontánea, en orden a captar su significado más profundo.
- *La acción* se refiere a la propuesta de San Ignacio en el sentido que la prueba más dura del amor es lo que uno hace, no lo que dice. “El amor se demuestra con los hechos, no con las palabras”. El impulso a la acción permite conocer la voluntad de Dios, para llevarla a cabo libremente. Por eso, también San Ignacio y los primeros jesuitas estaban muy preocupados por la formación de las actitudes de los alumnos, sus valores e ideales, según los cuales iban a tomar decisiones en una gran variedad de situaciones en las que tendrían que actuar. San Ignacio quería formar en los colegios de la Compañía, jóvenes que pudieran contribuir inteligentemente y eficazmente al bienestar de la sociedad.

- *La evaluación* permite conocer el progreso académico de cada alumno. Las preguntas diarias, las pruebas semanales o mensuales y los exámenes finales son instrumentos usuales de evaluación para valorar el dominio de los conocimientos y de las capacidades adquiridas. Las pruebas periódicas informan al profesor y al alumno sobre el progreso intelectual y detectan las lagunas que es necesario cubrir. Este tipo de retroalimentación permite al docente evaluar el uso de otros métodos de enseñanza; y le brinda la oportunidad de estimular y aconsejar personalmente a cada alumno sobre su progreso académico (por ejemplo revisando los hábitos de estudio).

La interacción continua experiencia-reflexión-acción aporta un modelo pedagógico significativo en el contexto cultural actual. Es un modelo básico y sugerente que se refiere al proceso de enseñanza-aprendizaje. Es una forma de proceder cuidadosa y razonada argumentada en lógica coherencia con los principios de la espiritualidad ignaciana y con la educación de la Compañía de Jesús. Mantiene firmemente la importancia y la conveniencia de la interrelación profesor-alumno-asignatura. Más importante aún, atiende tanto a las realidades como a los ideales de formación de una manera práctica y sistemática, al mismo tiempo que ofrece los medios básicos necesarios para dar sentido a la misión educativa de formar “hombres y mujeres para los demás”.

En este contexto, la Pedagogía Ignaciana es una característica esencial de la educación jesuita en la Universidad Rafael Landívar. Por tanto, el Paradigma Pedagógico Ignaciano:

- *Se aplica a todos los planes de estudio:* como actitud, mentalidad y enfoque consistente que trasciende a toda la enseñanza –se aplica a todos los planes de estudio propuestos– y requiere incluir nuevos enfoques en el modo de impartir las clases exigidas por los planes.
- *Es fundamental en el proceso del aprendizaje:* se aplica no sólo a las disciplinas académicas sino también a las áreas no académicas, tales como las actividades deportivas, los programas de servicio social, las convivencias y otras semejantes; dentro de una asignatura concentra y es un instrumento útil para preparar las clases, planificar tareas, y elegir actividades formativas. El paradigma encierra un potencial considerable para ayudar a los alumnos

a relacionar las materias de cada asignatura y a estas entre sí, así como integrar sus contenidos con lo ya estudiado. Si se usa constantemente a lo largo de un ciclo, el paradigma da coherencia a toda la experiencia educativa del alumno; la aplicación regular del modelo en las diversas situaciones universitarias contribuye a crear en los estudiantes el hábito espontáneo de reflexionar sobre la experiencia antes de pasar a la acción.

- *Puede ayudar a la mejora del profesorado:* permite enriquecer el contenido y la estructura de lo que se está enseñando. Da al profesor medios adicionales de apoyo a las iniciativas estudiantiles. Hace que los profesores mejoren las expectativas de sus alumnos y les exijan una mayor responsabilidad y cooperación en su propia formación. Ayuda al profesor a motivar a los estudiantes proporcionándoles ocasiones y argumentos para animarles a relacionar lo que están estudiando con las experiencias de su propio entorno.
- *Personaliza la enseñanza:* lleva a los estudiantes a reflexionar sobre el contenido y el significado de lo que están estudiando. Trata de motivarlos implicándolos como participantes activos y críticos en el proceso de la enseñanza. Apuesta por un aprendizaje más personal, que permite relacionar más estrechamente las experiencias de alumnos y profesores; invita a integrar las experiencias educativas que tienen lugar en la clase con las de casa, el trabajo, los compañeros, etc.
- *Acentúa la dimensión social de la enseñanza y del aprendizaje:* fomenta la cooperación estrecha y la mutua comunicación de experiencias a través del diálogo reflexivo entre los estudiantes. Relaciona el estudio y la maduración propia con la interacción personal y las relaciones humanas. Propone un movimiento firme y decidido a la acción, la cual afectará positivamente la vida de los demás. Los alumnos aprenderán gradualmente que sus expectativas más profundas vienen de sus relaciones humanas, relaciones y experiencias de y con otras personas; la reflexión debe llevar siempre a un mayor respeto a la vida de los demás y a las acciones, normas de conducta o estructuras que favorecen o dificultan el crecimiento y desarrollo de las personas. Esto implica que los profesores sean consistentes y estén comprometidos con tales valores.

2. Referencias Bibliográficas

- Alvarado, J., Mejía, A. y Paniagua, V. (2005). *Las actitudes del estudiante de la Licenciatura en Arquitectura frente a los valores que propone la Universidad Rafael Landívar*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Chinchilla y Aguilar, E. (1963). *Historia del Arte en Guatemala 1524-1962*. Guatemala.
- Cooper, J. (1990). *Classroom teaching skills*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Díaz-Barriga, F., y Hernández, G. (2001). *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo, una interpretación constructivista*. 2da. Edición. México: Editorial McGRAW-HILL.
- Gil, D., Carrascosa, J., Furió C., y Martínez-Torregrosa, J. (1991). “La enseñanza de las ciencias en la educación secundaria”. *Col. Cuadernos de educación* num. 5. Barcelona: ICE/HORSORL.
- Mobil, A. (1988). *Historia del Arte Guatemalteco*. 8va. Edición. Guatemala: Editorial Serviprensa Centroamericana.
- Pozo, J. L. (1992). “El aprendizaje y la enseñanza de hechos y conceptos”. En: C. Coll, J. L. Pozo, B. Saravia y E. Valls. *Los contenidos de la reforma. Enseñanza y aprendizaje de conceptos, procedimientos y actitudes*. Madrid: Santillana.
- Saravia, B. (1992). “El aprendizaje y la evaluación de las actitudes”. En C. Coll, J. L. Pozo, B. Saravia y E. Valls. *Los contenidos de la reforma. Enseñanza y aprendizaje de conceptos, procedimientos y actitudes*. Madrid: Santillana.
- Yarce, J. (2004). *Valor para vivir los valores: cómo formar a los hijos con un sólido sentido ético*. Bogotá: Editorial Norma.

El patrimonio como factor de desarrollo sostenible

Arq. Mario Noel Mansilla
Catedrático - URL

La gestión del patrimonio se perfila como el sector más sensible pero que a su vez es donde se posee menos fuerza y experiencia al momento de integrarse en procesos de desarrollo social y económico; y es vulnerable a la presión a la hora de producir rentabilidad de un recurso.

Todos los actores involucrados en estos procesos de gestión patrimonial no logran visualizar el alcance y el cuidado que se debe tener al involucrarse en las dinámicas de desarrollo local y económico, como lo es el turismo.

El PNUD, define el desarrollo humano sostenible como un generador de crecimiento económico que distribuye los beneficios equitativamente, regenera el medio en lugar de destruirlo, crea en las personas la autogestión, prioriza al pobre aumentando sus oportunidades y lo involucra en la toma de decisiones.

Otras definiciones de desarrollo sostenible son:

Aquel que satisface sus necesidades sin comprometer la habilidad futura para satisfacerlas.

Y el que ve al hombre como centro del desarrollo, implicando una serie de factores de conciencia y acción, volviéndolo para la identidad del mismo hombre = herencia cultural.

El modelo económico derivado de la explotación, uso indiscriminado de tecnología y del desarrollo de los países industrializados, no plantea la regeneración de los recursos y luego simplemente se duplicó en los países subdesarrollados, fomentando la desigualdad y un gran desequilibrio.

Hoy día nos encontramos en un espacio temporal en donde la pérdida de nuestra herencia cultural está en eminente riesgo, y el mismo es comparado de forma análoga con la pérdida de salud, la libertad y la libertad de expresión.

Es por esta circunstancia en donde nosotros como sociedad y cultura debemos detenernos a reflexionar sobre estas patologías que pueden alejarnos cada vez más de una vida digna.

Es importante resaltar que los derechos individuales no deben de privar sobre los derechos colectivos, porque de suceder lo contrario, estamos condenados a existir dentro de una sociedad individualista, que no reconoce, no respeta y por consiguiente no valora el patrimonio cultural.

El turismo es una dinámica territorial que crece de forma rápida y exponencial y que lejos de promover el desarrollo, impacta de forma directa en la sostenibilidad de los sistemas territoriales. Es importante entonces tener en cuenta que tan beneficioso es el turismo para nuestro patrimonio, considerando que la sostenibilidad es un fin al que todos debemos de apuntar.

Entonces por ejemplo, que tanto queremos que el turismo invada nuestros centros históricos y qué la demanda que ejerce el mismo contribuya cada vez más a que la oferta se diversifique, generando nichos de consumo global, y que poco a poco la identidad o el sello característico original se vaya perdiendo.

Con lo anterior no se quiere decir que cerremos la oportunidad de desarrollo a través del turismo, si no por el contrario, se debe de analizar y evaluar de qué forma el impacto que el turismo causa se reduzca y forme parte de programas en los que la sostenibilidad y el equilibrio constituyan la agenda local de desarrollo de las comunidades.

Para estar en sintonía con el tema de la sostenibilidad y la importancia del patrimonio cultural, es importante que los programas que se diseñen tengan un componente de difusión y concientización del patrimonio cultural, puesto que si se desarrolla en el turismo el sentido de identificación, apropiación y valorización, el usuario atenderá de mejor manera el concepto de conservación y se reducirá el impacto que puede causar al patrimonio cultural; de la misma manera y antes de poder transmitir ese valor identitario de la comunidad es imprescindible que los actores de la misma, residentes y usuarios estén conscientes del valor y la importancia que el patrimonio tiene para la sociedad. Considerando que la difusión es interpretación, actividad que permite convertir el objeto patrimonial en producto patrimonial, a través de un proyecto que integre la interpretación de sí.

En relación al concepto de valor del bien patrimonial, se debe analizar la esencia en sí mismo y el aporte cultural histórico para no crear falsas identidades, las cuales pueden responder a varias condicionantes de la propia comunidad, sino que deben ser fundamento de su identidad, constituyéndose los individuos como parte esencial viva del patrimonio permitiendo un equilibrio entre la preservación de la identidad y los cambios en los modelos de desarrollo futuros.

En tanto la gestión del patrimonio debe estar basada en los tres pilares que la sustentan: investigación, conservación y difusión. Siendo los dos primeros en donde pueden encajar una serie de profesiones que respeten la fragilidad y autenticidad del patrimonio y que además sean fuentes generadoras de empleo a nivel local y/o regional.

La gestión integral va más allá de establecer una política de itinerarios especialmente en los centros arqueológicos, en donde se debe priorizar la investigación y la conservación para permitir la comprensión adecuada del sitio y poder reconocer y trasladar la historia que ahí se cuenta.

Así mismo los programas de interpretación deben estar basados en la comunidad anfitriona del lugar e involucrarlos directamente en el proceso de difusión para que sean ellos quienes se encarguen de la transmisión de la información, de la conservación, ser parte y eje vital del centro y principalmente

valoricen su propio patrimonio y que los procesos de gestión garanticen la sostenibilidad de los programas y planes de manejo en la comunidad para con el patrimonio.

Los procesos de gestión deben ser transparentes de manera que los funcionarios municipales promuevan medidas para la distribución equitativa de los beneficios, tangible en beneficios de carácter social, cultural y económico para las comunidades y más importante aún que el visitante se entere del destino final de su aporte económico, comprendiendo el valor subyacente para beneficio del desarrollo comunitario.

Respecto a las consideraciones finales y sus tres premisas, existe la pregunta: ¿Cuál deberá ser el límite entre un patrimonio cultural sostenible y un producto puramente rentable?

Basados en las tres premisas fundamentales todo patrimonio cultural no debe permitir su sobreexplotación, debe ir mas allá de la mera cuenta de sus visitantes, teniendo personal calificado que guíe al visitante por el recorrido y lo invite a sumergirse en la experiencia del lugar, que entienda su entorno y lo que vive en él; aunque esto implique la limitación de los mismos.

En la creación de una oferta turística, se debe capacitar a la comunidad anfitriona para generar productos y servicios de calidad, fundamentados en su historia y que sean un fiel reflejo del empoderamiento hacia el patrimonio cultural.

Sensibilización de los visitantes: Dentro de los programas de educación se debe hacer énfasis en la comunidad escolar del país, donde se difunda el conocimiento sobre los centros culturales y del patrimonio cultural de la región, mas allá de un bien material, atacar el problema desde la raíz para tener más fuentes que puedan reproducir la información. Además es importante que el visitante nacional y extranjero sea sensibilizado desde el momento mismo en que se pone en contacto con los operadores turísticos y exprese su deseo de conocer el patrimonio. Que desde ese punto se le informe y ya en los lugares que visita tenga la oportunidad de vivir la experiencia del centro, entendiendo su historia, el contexto y con ello valore y respete el patrimonio.

El patrimonio arquitectónico: conceptos, historia y criterios de conservación

M.A. Arq. Ana Cecilia Zurita
Catedrática - URL

El concepto más simple de patrimonio es: “El bien que una persona hereda de sus ascendientes”, también, “Bienes propios que cada uno posee, sea cual sea el origen de su procedencia”, sin embargo, cuando se trata de patrimonio cultural, histórico o artístico, se interpreta como patrimonio “*aquello que es irremplazable*”, es todo aquello valorado y reconocido por quienes comparten una cultura, por lo tanto, puede ser un bien arquitectónico, un paisaje, una manifestación, entre otros.

El valor que cada comunidad otorga a un bien, es parte de la identidad cultural que los caracteriza. Tomando en cuenta que la cultura se transforma y evoluciona constantemente, la memoria colectiva también necesita de testimonios que permitan visualizar su valioso pasado, y con esto se justifica su conservación.

Cuando se hace referencia al patrimonio arquitectónico es importante considerar además de los valores estilísticos, técnicos e históricos, el entorno que rodea al monumento.

En Francia e Inglaterra, desde el siglo XIX se fueron desarrollando las primeras teorías de conservación con las teorías de Viollet-Le-Duc y Ruskin, quienes consideraban el rescate del patrimonio arquitectónico. Cada uno planteó ideas diversas que han dado la pauta para los criterios de restauración actuales.

La escuela de Viollet-Le-Duc, propuso la restauración en Estilo, que se refiere a conocer cuáles son las reglas que dan el estilo al edificio y que a la hora de la restauración, se pueden eliminar los elementos añadidos y devolverle aquellos “originales”, con el objetivo de dejar el monumento tal y como pudo haber sido construido desde su concepción, dicho en otras palabras “dejarlo como nuevo”. Las críticas denunciaban que se reinventaba la antigüedad por crear intervenciones sobre un falso histórico.

La Escuela de Ruskin se resume en la frase “*No restaurarás*”, las ideas están escritas en su obra *Las siete lámparas de la arquitectura*. Es el primero en promulgar la autenticidad del edificio al proponer la conservación como la mejor solución: “*Cuidad vuestros monumentos y no tendréis ninguna necesidad de restaurarlos*”. Sus ideas son más románticas y hace una analogía de los monumentos con los seres humanos, aceptando la muerte del edificio: “*Dejarlos que caigan cuando tengan que caer*”.

En el siglo XX con Boito y Giovannoni, se propone la restauración científica, toma en cuenta las teorías de Ruskin aunque permite la intervención técnica del edificio, únicamente cuando sea necesario, dejando evidencia de las partes originales y las restauradas, además de la documentación del proceso de intervención. Como antecedentes a los criterios internacionales cabe destacar las recomendaciones de la Carta de Atenas (1931), actualmente el concepto de patrimonio arquitectónico fue evolucionando hasta definirlo como una unidad de un conjunto urbano, llegando a establecerse en las teorías la importancia de la integración del edificio con su entorno, definiéndose términos como “centro histórico” y llegando a acuerdos y legislaciones internacionales.

Haciendo una reflexión sobre qué criterios utilizar para conservar el patrimonio arquitectónico, siendo este tema tan amplio y controversial, se sintetizarán a continuación algunas ideas vigentes en torno al tema, basándose en algunas recomendaciones internacionales y prácticas realizadas en otros países.

- La conservación del patrimonio arquitectónico es una tarea multidisciplinaria y participativa, visto el monumento como un documento histórico dentro de un contexto actual, los objetivos de la intervención deberán

responder a las exigencias técnicas, sociales, económicas y culturales del lugar en el que se encuentre.

- El valor del patrimonio no se refiere al costo económico de la obra, sino a la importancia que posea en los aspectos culturales, históricos, artísticos, técnicos, urbanísticos y sentimentales. El valor tampoco, está basado en su antigüedad, así podemos reconocer algunos monumentos de la época moderna considerados de igual importancia que otros de épocas anteriores.
- El objetivo de la restauración es la conservación, entendida como una constante labor de mantenimiento y consolidación. Sin embargo, la conservación deberá ser activa para su inserción en el contexto socio-cultural local y nacional, al catalogar un monumento se deberá evitar “fossilizarlo”, procurando con el debido respeto incorporarle elementos contemporáneos que permitan adaptarlo al nuevo uso.

Taller de los sentidos

Arq. Alfonso Solano de Francisco
Catedrático Emérito
Universidad Javeriana de Colombia

El taller de los sentidos fue motivado por algunas inquietudes acerca de la enseñanza y aprendizaje de la arquitectura al igual que por constantes reflexiones producto de la experiencia profesional y personal.

La primera categoría referente a la docencia, partió de la inquietud acerca de la sensibilidad. Palabra utilizada frecuentemente por los profesores de arquitectura y de las disciplinas de diseño. En el caso de la arquitectura con relación a la comprensión y proyección del espacio arquitectónico y/o urbano. En la historia, en sus relaciones con el contexto físico, cultural, político y económico. En su materialidad respecto de la influencia de esta con el ser humano.

Me inquietaba la palabra sensibilidad, porque pareciese que su concepto, su entendimiento y su aplicación fuese del dominio de los profesores, quienes por la propiedad con que la expresaban parecían tener el dominio absoluto de su conocimiento, una conciencia de todas sus implicaciones y una vasta experiencia en su utilización. Lo cual no sólo les daba el derecho, sino que era prácticamente una obligación tácita exigirla a sus estudiantes. De otra parte, los estudiantes, que seguramente habían sido medidos en ese aspecto para su ingreso a la carrera, a través de mecanismos que todavía no comprendo, continuaron en ella atendiendo a ciegas la exigencia, pero probablemente sin tener una conciencia clara al respecto, sino creyendo ingenuamente que por el hecho de haber escuchado sobre el tema, se tenía necesariamente como un valor intrínseco a los diversos procesos de aprendizaje.

Creo que en ambos casos, pero de manera más grave en el de los docentes, la interpretación de las formas de sensibilidad y sus aplicaciones, se constituye en un problema ético, al dejar en el aire el tema sin sustento, sin profundidad, sin conocimiento y sin claros procesos de aprendizaje. De esta manera contribuyendo a una tradicional y perversa costumbre: la corrección en vez de la enseñanza.

En la segunda categoría mencionada, el trabajo profesional, pude analizar el comportamiento de las personas que habitaron los diversos proyectos que diseñé y construí, especialmente los de vivienda, al igual que las constantes observaciones que realicé en diferentes ambientes de carácter urbano. También en unos y otros la forma de vivir y utilizar el espacio y los elementos que en él se encuentran, pero primordialmente como el comportamiento humano es producido por las sensaciones propias de determinado espacio, interno, externo o urbano, me dieron elementos invaluable para comprender la importancia de conocer profundamente las implicaciones de la sensibilidad en las decisiones de diseño.

Podría mencionar entre muchas realizadas a lo largo de los años, algunas que recuerdo con especial atención. El estado de ánimo, experimentado y comentado por las personas, en algunos espacios producto de efectos que no saben explicar muy bien. Pero que simplemente les producen un bien-estar, un apacible-estar; se podría hablar de un placer espacial, luego de analizarlas y sobre todo conversarlas o simplemente comprenderlas o sentir las también. Estas situaciones no están ligadas a espacios designados por alguien como “buena arquitectura” ni tampoco tienen que ver con determinado “estilo”, tienen que ver solamente con sensaciones y percepciones placenteras.

De esas observaciones en resumen y de muchas otras más, sobre las sensaciones, he pensado que el espacio no está conformado como se cree por elementos físicos; ellos sólo lo determinan en términos de dimensiones pero no en términos de calidad. Son las buenas sensaciones de cada sentido y todas en conjunto las que determinan sus cualidades. La sensación y la percepción son los determinantes primordiales del espacio en términos vitales. Cuando una sensación cambia, el espacio es otro y su percepción inclusive puede

cambiar el concepto de dimensión. Un espacio puede perfectamente estar determinado por el radio de influencia sensorial.

El taller de los sentidos propone una definición de la arquitectura que sustenta su quehacer, sus búsquedas y le determina un norte claro: la arquitectura es la relación entre el hombre como protagonista, el espacio, el contexto y el tiempo.

El taller considera que la arquitectura comienza a existir a partir del goce del espacio por parte del hombre, a través de sus sensaciones y percepciones, que traducidas en bienestar producen comportamientos positivos. Considera que la arquitectura existe a partir del placer espacial. El bienestar es producido por la arquitectura, no por la construcción o edificación, que solucionan solamente la protección. La calidad de vida, objeto primordial de la arquitectura se logra en la medida de ese placer, que se experimenta a través de los sentidos, aunque se explica de otra forma. La arquitectura así entendida, es un gran aporte a la humanidad, pero implica una gran responsabilidad con ésta, en ello radica su sentido ético. A partir de esa certeza la sensibilización adquirida desde la experiencia directa se hace necesaria para la formación de arquitectos, como un medio propio para el conocimiento espacial.

Pero lograr el placer espacial es algo muchísimo más complejo que requiere nuevas exploraciones, nuevos caminos, diferentes a los tradicionales fundamentados en la forma, la función, la imagen y la materialidad. Pero si el placer espacial, es algo que simplemente existe cuando se “siente”, su comprensión y su proyección se deben enfocar desde la lógica sensorial y su metodología de desarrollo en lo experimental y experiencial.

El taller propone como base de su trabajo una hipótesis que se desarrolla en la siguiente secuencia: sensación, percepción, sentimiento o estado de ánimo, comportamiento. Una buena o agradable sensación, conduce a una buena percepción, esta lleva a un buen estado de ánimo o un buen sentimiento, que se traducen en un buen comportamiento. Al igual una mala o desagradable sensación desencadena una secuencia negativa.

De esta forma, el taller, al desarrollar su objetivo de tomar conciencia del potencial sensorial de arquitecto, del diseñador, o de cualquiera involucrado en la planeación y desarrollo del hábitat, pone de manifiesto su inmensa responsabilidad social y lo enmarca en una ética connatural a nuestra disciplina.

Mirada, pensamiento, gráfica y arquitectura

Arq. Ian Dutari
Decano Facultad de Arquitectura
Universidad Católica de Córdoba, Argentina

Una mirada inicial

La mirada de los niños nos es revelada por su gráfica. Su representación nos manifiesta su visión y su interpretación de la realidad. Sus dibujos son registros del significado subjetivo de los objetos percibidos, sin urgencias visuales o de retrato. Sin embargo esta aguda sensibilidad que nos permitió conocer y comprender un mundo desde la nada, es olvidada. Hemos olvidado la conexión entre la observación y el conocimiento.

Una cierta observación

Una fuente primaria entonces, para la formación de los estudiantes de arquitectura, es la observación. Pero la observación entendida como *una conciencia en la atención*. Una atención especial en el mirar. Necesitamos una mirada atenta y escudriñante, inquieta, como mirando con un interrogante. Buscando respuestas. Proyectando preguntas. Nuestra atención puede pasar del pensamiento a la mirada, a la mirada atenta sobre las cosas.

La conciencia en la observación

Necesitamos una observación atenta y sistemática del mundo, de las personas, de los espacios y lugares y de cómo ellos son habitados. Debemos observar las lecciones legadas por todas partes, a lo largo de la historia. Las ciudades,

sus lugares, sus gentes, sus rincones, sus arquitecturas, representan infinitas oportunidades para mirar y recorrer, observar, dibujar y redibujar. Este mirar la realidad, curiosa y conscientemente, constituye el punto de partida de nuestras interpretaciones del mundo y da enfoque y perspectiva a nuestro hacer.

La gráfica como modo de observación

La observación y el registro sistemático permiten “atender, prestar atención” de un modo particular, que permite grabar en nuestra memoria lo dibujado. Este proceso de “prestar atención”, vincula realidad con memoria y con dibujo. “*Dibujamos para llevar lo visto a nuestro interior*”, decía Le Corbusier. Y agregaba, “*el fenómeno de la invención sólo viene a través de la observación*”.

El registro gráfico genera una atención especial. La atención necesaria para dibujar es un reaseguro contra la mirada superficial o desatenta.

Miramos para interpretar

El dibujo es una categoría del pensamiento, es un tipo de pensamiento especialmente apto para nuestra necesidad de exploración, de formular preguntas sobre preguntas, de generar una conversación gráfica, un diálogo gráfico. Un pensamiento que permite exponer alternativas, explorar y seleccionar. Y en ese explorar termina revelando estructuras, órdenes, imágenes y mundos. Es un lenguaje que requiere ser desarrollado y madurado, descubierto o redescubierto para ser usado con potencia. Redescubrir nuestro “instinto gráfico”. “Necesitamos” volver a dibujar “sin necesidad”, para recorrer ágilmente el espacio que vincula las “cosas” con sus “representaciones”.

Todo registro gráfico implica un recorte, un recorte interpretativo, personal. Implica selecciones y acentos. “Dibujamos con las tijeras” decía Henri Matisse. No debemos temer ese recorte inherente a este hacer. Cuando miramos, recortamos e interpretamos.

El dibujo en el proyecto de arquitectura

Los dibujos pueden apilarse, superponerse, calcarse, y en definitiva, dibujo sobre dibujo, construirse. Un aspecto relevante que el dibujo permite es la exploración gradual y secuencial del espacio, lo que lo vuelve particularmente apto para ser empleado en el aprendizaje, entendimiento y manejo del espacio y la forma: Ambos son constructos. Los dibujos, como la arquitectura, son el resultado de procesos que involucran la comprensión de condiciones superficiales, su estructura geométrica y material y su comportamiento frente a los juegos de la luz y la sombra. Comparten la atención en relación con los llenos y vacíos, texturas, intenciones y expresión.

El dibujo columpia entre las intenciones, las ideas y las cosas, como los proyectos de arquitectura que no definen su naturaleza, oscilando entre información y materia a ser habitada. Pero el punto alto del dibujo es el que surge del “diálogo” que propone a su hacedor. Allí, el dibujo supera su naturaleza inicial de lenguaje y de sistema de comunicación, para transformarse en un sistema de pensamiento arquitectónico; el dibujo arquitectónico se erige como instancia de diálogo, un soliloquio entre el dibujo y el dibujante. Y es en esa relación donde el dibujo ofrece sus mayores frutos, en la mente del dibujante, donde resuenan las respuestas que el propio dibujo ofrece.

El dibujo de la duda, el dibujo sin certeza, el dibujo abierto, el dibujo incompleto, el dibujo para preguntarse, el dibujo para imaginar. Estos me parecen los roles del dibujo en el proceso de invención de la arquitectura.

El dibujo también propone la síntesis, la búsqueda de lo esencial, de lo despojado, exponiéndonos a la consistencia de lo esencial.

Sobre lo visible y lo invisible en el dibujo de arquitectura

El dibujo es habitualmente entendido como un producto material, digamos un trazado sobre papel. Un objeto a ser percibido por la vista. Esta es entonces la parte “evidente”¹ y quizás la más conocida del dibujo.

1 “Evidente” de ver, 1438, lat. Evidens, -entis; evidencia, Princ.. S. XV. Breve Diccionario etimológico de la lengua Castellana, Joan Corominas. Gredos, Madrid, 1990.

Existe sin embargo una parte invisible de él, que acontece en la mente del dibujante mientras ejecuta el dibujo, que es en ese momento, el desencadenante de un proceso mental más valioso que el dibujo “evidente”.

Este propone el diálogo en la mente del dibujante. Surge, espontáneo, un pensamiento por medio de este hacer.

Lo que el dibujo suscita en la mente del dibujante; esa es su instancia más productiva y utilidad principal en relación con la producción de la arquitectura.

Sobre la naturaleza del dibujo en arquitectura

Abstracto o figurativo, por naturaleza condenado a la chatura del papel, aplanado y limitado, contiene sin embargo un deseo de superación de su naturaleza bidimensional. Es, por lo que quiere ser.

Es registro, marca indeleble, asechando a la espera del ojo avisado. Para ser interpretado o más seguramente reinterpretado.

Es artefacto múltiple, hecho de lápiz y papel, de presente y futuro. Bisagra de papel que vincula, ojos y mentes propias y ajenas.

Es forma del pensamiento que elude clasificación, mezclando sin pudor realidad y fantasía, medida con infinito, pequeñez con inmensidad, variedad con repetición, tradición con innovación. Voces, vistas y mentes registradas en superficies,

Es mecanismo de indagación y descubrimiento. Lenguaje en lugar de idioma gráfico.

Es registro y exploración.

Es ritmo, como un aliento la línea registra el pulso de la mente.

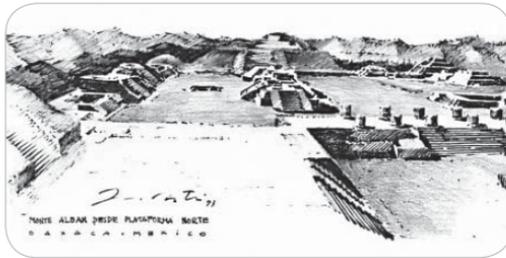
Es sombra y contorno, mancha y línea, contrastes y silueta.

Es la línea delgada o la gruesa mancha que se combinan dócilmente a veces retratando, a veces desatando un mundo interior oscurecido, fuera del alcance de la conciencia inmediata.

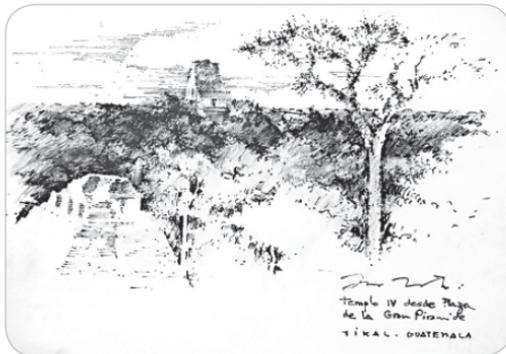
Es carbón, sustancia primigenia, sobre las rocas. Grafiti inicial que nos conecta con la naturaleza primordial y elemental del instinto gráfico.

“Cada día de mi vida ha sido en parte dedicada al dibujo. Jamás he cesado de dibujar y de pintar buscando donde pudiera encontrarlos, los secretos de la forma. No hay que ir más allá para encontrar la clave de mis trabajos y mis investigaciones.”

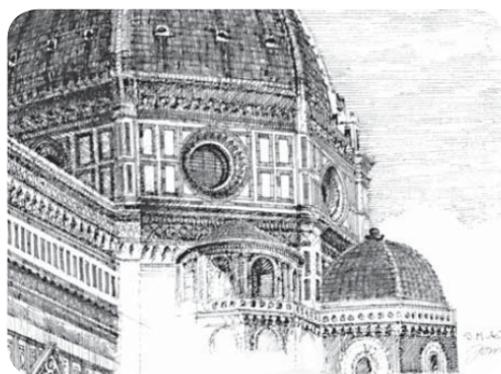
Le Corbusier



México, Monte Albán, Técnica: lápiz y tinta negra.



Guatemala, Tikal, Técnica: lápiz y tinta negra.



Italia, Florencia. Santa María de las flores, Técnica: lápiz y tinta negra punta fina



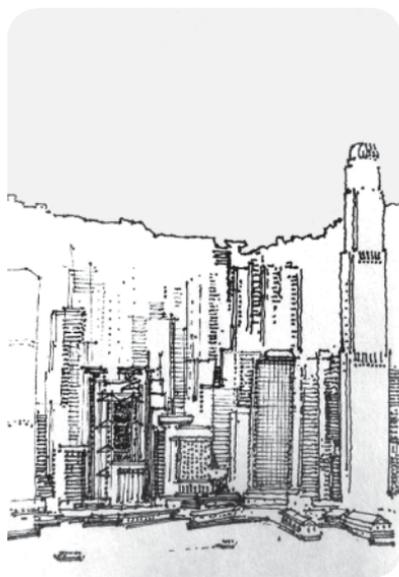
Italia, Rossano, centro histórico. Técnica: Fibrón negro al solvente



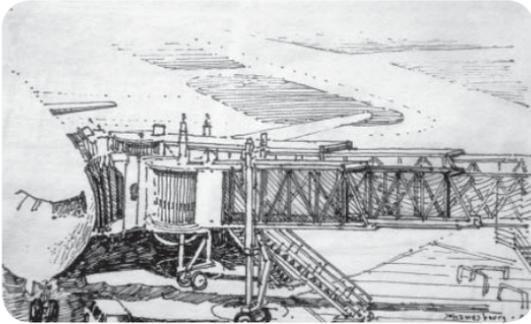
Francia, Lyon, centro histórico. Rue St. Jean. Técnica: Fibrón negro al solvente



Brasil Praia do Rosa Santa Catarina. Técnica: Microfibra negra.



Isla de Hong Kong, sky line desde Kowloon. Técnica: microfibra negra.



Sudáfrica, Johannesburgo, manga en el aeropuerto. Técnica: Microfibra negra



Córdoba, Argentina, croquis para seminario sobre telepuerto. Técnica: lápiz y retoque digital.

Todos son autoría del arquitecto Ian Dutari.

Habitar urbano contemporáneo / temporal

Experimentación en diferentes contextos

Arq. Silvia Covarino

Catedrática internacional invitada

Universidad La Sapienza de Roma, Italia

“Yo me formé en una época en la cual la vivienda era el tema clave de la arquitectura. Todos los arquitectos que conocía se dedicaban a su estudio. Un poco porque era el único tema posible en ese momento, los fondos públicos se concentraban en la vivienda, desfavoreciendo la construcción de importantes edificios públicos o de servicios. Es necesario explicar las razones de ello, había una gran escasez de vivienda, la guerra estaba comenzando y muchas personas se desplazaban, pero una de las razones fundamentales era la tremenda urbanización debido al abandono de las áreas rurales, que en algunos lugares comenzaba y en otros ya se había dado. Estábamos a punto de pasar de la civilización agrícola a la civilización urbana, diría que hoy, incluso a la territorial. En ese entonces nadie se daba cuenta, dichos cambios todavía no se examinaban teóricamente, pero el tamaño y peso de los acontecimientos influenciaron la formación de una nueva ideología. Los arquitectos casi siempre han tenido la necesidad de darle una línea ideológica a sus objetivos. Y así, el problema de la vivienda estaba cubierto por una sacralidad que lo hacía no sólo un medio para que los arquitectos estuvieran presentes en la etapa de construcción, sino también para darles la oportunidad de identificarse en una tarea, la reconstrucción de casas a gran escala lo cual significaba desempeñar un papel importante. La reconstrucción de la ciudad. Es decir, la reconstrucción del mundo”

(Giancarlo de Carlo, “Habitar”)

El contenido de la investigación que se presenta a continuación abarca el tema del desarrollo urbano, un enfoque que se ha perdido con la arquitectura contemporánea, y que por el contrario se ha vuelto un icono de la post-guerra y de la arquitectura moderna que ha caracterizado a las ciudades, modificando sus paisajes. El proceso de investigación se desarrolló a través de algunas experiencias llevadas a cabo en campo, en diversos contextos internacionales

marginales, en un proyecto relacionado con un programa de formación profesional, sobre todo con la realización de la tesis doctoral, en “recualificación y recuperación de asentamientos”, que actualmente curso en la Universidad La Sapienza de Roma, cuyo título es: “Las políticas de vivienda de emergencia y las tecnologías para habitar. Italia-Guatemala dos casos de estudio”. Las palabras clave identificadas son: *vivienda social, problemas de vivienda, política/derecho a la casa, los modelos contemporáneos de vivienda informal o temporal, sostenibilidad, recuperación y reutilización de recursos, tecnologías y soluciones de bajo costo, materiales innovadores/eco-compatibles*. El debate urbano, con especial atención a los aspectos socio-antropológicos, a las políticas de vivienda, al empleo y “al nuevo problema de la vivienda”, las estrategias para la ciudad y las soluciones experimentales de soporte, continuando con la tecnología, se constituyen en los componentes de la estructura de la investigación y los ensayos de diseño.

En las grandes zonas metropolitanas, surgido sobre todo en las últimas décadas, se encuentra la confirmación de un hecho particular, la superación de la población urbana por la rural en el año 2008 (1), la demanda de vivienda ha cambiado, hay una marginalidad y la exclusión del mercado a causa de una fuerte especulación inmobiliaria. En el escenario emergen episodios y situaciones de deterioro urbano, barriadas, asentamientos ilegales provisionales (que a menudo terminan convirtiéndose en permanentes) y de carácter informal, adoptadas por los que “vienen y se arraigan del lugar e invaden”, áreas que a menudo albergan inmigrantes, trabajadores ocasionales y estacionales, las personas desplazadas e inmigrantes ilegales. El hábitat es una emergencia y, sobre todo, una urgencia a la que se debe responder. El acceso a la vivienda “digna” es difícil, nos encontramos con nuevas formas de desventajas sociales que producen casos de conflicto social luego de acciones de desalojo, o eventos que causan víctimas entre los más débiles de la exclusión de la vivienda. El problema no es, pues, sólo urbano, sino también socio-cultural, tiene que ver con las políticas urbanas de asistencia social y en particular las de vivienda. “*Las ciudades, como los sueños, están hechas de deseos y temores*”, escribe Italo Calvino en *Las ciudades invisibles*, parece la imagen de la realidad en la que nos encontramos, explorando la ciudad que conocemos, vivimos, diseñamos, planificamos, sin tomar en cuenta a su población.

Italia, el contexto y punto de partida de la investigación, se compara con la realidad de los países en vías de desarrollo y emergentes, con la intención de comprender la dinámica social contemporánea, ligado a una inevitable globalización, de los cuales la ciudad es un reflejo.

Los casos de estudio, hasta ahora revisados, son: Roma (2), Belgrado / Skopje (3), El Cairo (4), Buenos Aires (5) y ciudad de Guatemala (6). La metodología ha sido observar, escuchar e interpretar los fenómenos, con mecanismos de planificación participativa, en entornos heterogéneos, aunado a la construcción/experimentación de posibles soluciones. Las experiencias en los países del Mediterráneo, estuvieron ligadas a cuestiones de elevado grado de exclusión e ilegalidad en la que se encuentra la comunidad rumana, se intentó reconstruir el contexto y la dinámica de los flujos a través de un área de trabajo que comprende los Balcanes y la zona de Roma a fin de comparar ambas realidades.

El Cairo, ofrece un estudio de caso único, Ciudad de los Muertos, un cementerio monumental habitada por cerca de un millón de personas sin hogar, un área de 14 kilómetros al interior de la megalópolis misma. Guatemala es un ejemplo de desarrollo urbano caótico, emergencia no sólo de vivienda sino también del medio ambiente, lugar en donde se llevó a cabo una experimentación y un caso piloto de investigación, a través del cual se trató de identificar las necesidades prioritarias y las posibles estrategias de intervención a seguir para la futura rehabilitación y el desarrollo urbano de toda el área metropolitana de Guatemala. Los *asentamientos precarios* son fenómenos urbanos, donde el riesgo y la vulnerabilidad dan como resultado acontecimientos catastróficos, los efectos climáticos y sísmicos, amplifican las situaciones de emergencia de la vivienda, fenómeno en crecimiento exponencial, más allá de toda medida y control. La forma y las posibles soluciones para resolver estas condiciones son significativas, se observará y reconstruirá de una manera crítica, con el fin de indicar también las posibles experimentaciones tecnológicas de la habitación, bajo la óptica de un proyecto integral urbano-ambiental. La industria de la construcción, de la producción edilicia, de la tecnología realizativa, no ofrece una contribución “apropiada” para corregir el problema, sobre todo sostenible. No buscamos una solución dictada por

la urgencia, sino más bien una oportunidad para abrir un camino hacia una estrategia política real y seria para la vivienda, abordando de este modo el mundo de la construcción. El proyecto propone directrices para el diseño de la vivienda, con propuestas para arquitectura eco-sostenible. La intención es ofrecer contribuciones, con estrategias y soluciones arquitectónicas, sensibles y atentas a los contextos urbanos y ambientales, los cuales son ocasión o motivo de recualificación de lo existente. La intención es satisfacer las necesidades dictadas por el marco económico, social y cultural. Un adecuado modelo de vivienda sostenible, dirigido a promover los procesos de inclusión social y la recualificación urbana. Interacción entre las ciudades y comunidades sostenibles y la experimentación, sin olvidar que “la ciudad no está hecha de casas, sino de personas”, que los arquitectos, los planificadores deben considerar cómo continuar la investigación de la vivienda, recordando que la sostenibilidad no compromete las posibilidades de las futuras generaciones. ¿Hacia qué futuro urbano estamos caminando?

Notas

1. En 2008, más de la mitad de la población mundial residirá en zonas urbanas, pero la pobreza urbana está creciendo. Informe del Fondo de las Naciones Unidas para Actividades de Población (FNUAP). Las mujeres, las minorías y los pobres son los más vulnerables, mil millones de personas en todo el mundo viven en tugurios, 90% en los países más pobres, en condiciones insalubres y pobres. En 2008 por primera vez en la historia, más de la mitad de la población mundial, 3,3 billones de personas residen en zonas urbanas. Un número destinado a crecer, según las previsiones, para alcanzar 5 billones en 2030, excepto que se invierta esa tendencia, que afecta principalmente ciudad de tamaño medio. Mientras tanto, entre 2000 y 2030 la población en África y Asia se duplicará, y muchos de los nuevos habitantes urbanos serán pobres.
2. Cooperación para un proyecto europeo de investigación “Villas Rumanas y Sinti entre identidad y diferencia” investigación llevada a cabo en el Ateneo Federado del Espacio y de la Sociedad”, coordinado por la Facultad de Sociología y la Facultad de Arquitectura de Valle Giulia de la Universidad de Roma La Sapienza Universidad de Roma, coordina la prof. Arco. Laura Valeria Ferretti,
3. Un seminario internacional, itinerante “El derecho de los romaníes que viven en toda Europa, más allá de la esfera jurídica y en las barriadas ilegales. Un estudio de caso entre Roma y Belgrado, “la experiencia directa sobre el terreno mediante una exploración de algunas de las realidades de la zona urbana de Roma, Belgrado y Skopje, a través del estudio de la compleja cuestión de la población y socio-cultural, para esbozar el diseño de estrategias de intervención en las zonas urbanas, los proyectos experimentales para viviendas de bajo costo, prorrogables en bricolaje.
4. El Cairo - Taller “dentro de la ciudad de los Muertos”, una experiencia de planificación participativa, coordinada por el prof. Marianella Sclavi y Paola Bellavita, Politecnico di Milano con Live barrios de tugurios.

5. Taller Internacional "Abitazione III - Nueva configuración urbana," el Proyecto "Mejoramiento de Barrio Don Orione y el diseño de una vivienda sostenible.

6. Proyecto de cooperación interna de la Universidad Sapienza de Roma-Universidad Rafael Landívar, Departamento de Indis. El proyecto implica la creación de una guía operativa para mejorar las intervenciones en asentamientos informales en el área metropolitana de ciudad de Guatemala, en particular el caso del estudio de referencia es el municipio de Villa Nueva. La investigación se está desarrollando y, continúa con la intención de una publicación en septiembre de 2010.

Diseño de comunidades sostenibles

Mtra. Carolyn Aguilar-Dubose
Directora del Departamento de Arquitectura
Universidad Iberoamericana Ciudad de México

El diseño no es una tarea de reglas métricas a seguir. Ni siquiera es una tarea de incorporación de tecnologías. Es bastante más complejo que eso. Ciertas formas urbanas enriquecen el tejido vecinal, logran interconectividad, forman sistemas de soporte, fortalecen la comunicación, y detonan un espíritu colaborativo entre sus habitantes. El hombre ha construido ciudades durante siete mil años, de manera planificada, un dibujo que se traza en el terreno, o de manera orgánica, creciendo a través de la lógica de la topografía y materiales locales. Ambas crean espacios que, a su vez, crean comunidad. Veamos ejemplos históricos:

Venecia: la Utopía de la Edad Media (Mumford, Lewis. *The City in History*, 1989)

Las aguas poco profundas de las lagunas e islas a orillas del mar Adriático propician la forma urbana de Venecia, cuyo gobierno autocrático administra la ciudad a través de un Consejo de 480 miembros, obligados a residir en las parroquias bajo su responsabilidad. Esto favorece que cada barrio tenga su campo o plaza, su palacio del magistrado, su comercio y equipamientos. Había equilibrio en la distribución de arquitectura residencial y de niveles bajos de ingreso. Venecia nunca fue dibujada por un restirador; sin embargo, es una ciudad plural, policéntrica; con una mezcla de usos y niveles de ingreso; muy funcional, atractiva, encantadora y única. *1

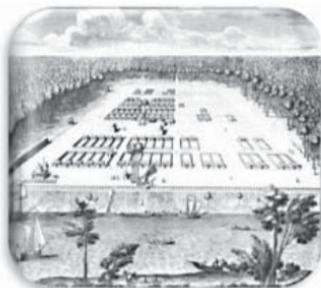


*1

(Bacon, Edmund N. *Design of Cities*, 1976)

El Renacimiento en América: Savannah, Georgia

El Plan de Savannah fue realizado por James Oglethorpe en 1733. A orillas del río Savannah se traza, perpendicular a éste, un eje que penetra profundamente en el bosque. Los barrios que emergen a los lados de este eje son grupos de 40 lotes en 12 manzanas alrededor de una plaza central. Es una retícula modificada, donde se yuxtaponen un patrón de secuencia de plazas con un patrón de bulevares, con grandes camellones arbolados, paralelos al río, cuyo tráfico intenso no penetra la intimidad de las plazas. *2, *3



*2

(Bacon, Edmund N. *Design of Cities*, 1976)



*3

La necesidad de un nuevo paradigma en la lucha entre orgánico vs planificado: Garden City (Paneral, Phillippe; Jean Castex, Jean Charles Depaule e Ivor Samuels)

Entre 1840 y 1901, el Gran Londres se triplicó en manos de especuladores inmobiliarios, creando barrios insalubres. En el marco del movimiento *Arts and Crafts* en Inglaterra, Ebenezer Howard y Raymond Unwin crean barrios excepcionales en donde se yuxtaponen una estructura de gran escala, y una estructura íntima a base de cerradas, senderos peatonales y corazones de manzana ajardinados. Son las “Ciudades Jardín”. *4, *5



*4



*5

La Suburbanización (Hall, Peter. *Cities of Tomorrow*, 1999)

Después de la Segunda Guerra Mundial, el sueño americano se convirtió en una pesadilla de fraccionamientos de vivienda uniformes, lejos de las fuentes de empleo, ocupando exageradas cantidades de suelo. El patrón se heredó en México, donde se construyen conjuntos habitacionales cada vez más lejos de la ciudad, con costos sociales y económicos inestimables y pérdidas insospechadas en áreas boscosas y agrícolas. Esto no es sostenible. *6



*6



*7

www.infonavit.gob.mx

El cuidado del planeta (Ruano, Miguel. *Ecourbanismo: entornos humanos sostenibles, 60 proyectos, 2000*)

En los 90's con la Conferencia de Río, surge la palabra sostenibilidad. Las ciudades comienzan a ser consideradas ecosistemas artificiales complejos. Nuevas teorías urbanas intentan materializar la sostenibilidad.

LEED para diseño de barrios y fraccionamientos

El movimiento de 1993 en EEUU, que se convirtió en el US Green Building Council, creó *LEED for Neighborhood Developments*, un sistema de certificación para barrios que propone:

- Ubicación inteligente y conectividad: cercanía a transporte colectivo, infraestructura y equipamientos; continuidad vial entre barrios.
- Patrón de diseño: redensificación, mezcla de tipologías y densidades de construcción, en pos de la ciudad compacta y el espacio público formativo.
- Infraestructura y edificios: reducción de la huella ecológica y la mejora del desempeño de las edificaciones. *8 *9



*8

LEED ND (Pilot)



*9

LEED ND (Pilot)

One Planet

La organización mundial Bioregional, tiene diez principios básicos para acreditar un entorno urbano que usa los recursos de un solo planeta para sobrevivir. Estos principios son:

Cero carbón, cero residuos, transporte sostenible, materiales sostenibles, alimento local y sostenible, agua sostenible, hábitat naturales, fauna y flora silvestres, cultura y patrimonio, riqueza, comercio justo y economía local, salud y felicidad. *10



*10

One Planet

En conclusión: ¿cómo diseñar comunidades sostenibles?

La historia urbana nos ha enseñado que el sector social es el más capaz de crear complejidad, que se deriva en calidad. Aprendamos a poner en juego a todos los actores, social, público y privado, en gestiones colaborativas. *11



*11

Holcim Foundation for sustainable construction

El sector social gana acelerando el proceso de plusvalía de su patrimonio. El sector público se beneficia con acelerar el pago de tenencias de la tierra y el pago de derechos por el uso de la infraestructura. El sector privado se beneficia de la multiplicidad y diversidad de gestiones urbanas a realizar. *12



*12

New Urbanism 2001

El shock de primer año, creatividad, creatividad, creatividad... una crisis que todos pasan en la Universidad

M.A Licda. Ana Regina López de la Vega
Directora Departamento de Diseño Gráfico

La pregunta más común entre los estudiantes de diseño gráfico del Curso de Fundamentos del Diseño, muchas veces es ¿por qué a mí no se me ocurrió? al ver que otro compañero resolvió mejor o diferente el proyecto. Esta es la crisis que muchos de los de primer año sufren al enfrentarse en un contexto educativo en donde todos los compañeros, por la característica de ser “creativos”, buscan destacarse.

Todos nacen con creatividad, algunos autores dicen que el sistema educativo trunca la misma en la época escolar, los docentes universitarios dicen a los estudiantes de primer año de diseño gráfico “tienes que ser más creativo”. Sin embargo, no es sólo el decirlo sino fomentarlo, ¿cómo? a través de técnicas y habilidades que les permitan ser más creativos.



Foto 1. Estudiantes de primer año
Curso Fundamentos del Diseño 2009



Foto 2. Analizan y aplican signos

Los docentes no somos psicólogos, pero necesitamos saber un poco de psicología, no sólo para trabajar con clientes sino para la enseñanza del diseño principalmente en el primer año de la carrera. Cuando los jóvenes pasan de un sistema escolar a un universitario, muchos de ellos se topan con un paredón de 50 metros o más, en algunos casos logrando que su autoestima baje y empiezan las famosas “frustraciones”, al no obtener los resultados esperados, creyendo que tan sólo con entregar lo mínimo pueden alcanzar el éxito.

Sin darse cuenta que una baja autoconfianza no les permite ver que las ideas que tienen pueden funcionar, el temor a ser juzgado por los demás, el que se burlen o no acepten su propuesta, el exponer su proyecto o idea en clase ante sus compañeros se vuelve una situación casi como una historia de terror parecidas a las de Alfred Hitchcock. Es aquí en donde el docente de primer año de Fundamentos del Diseño se vuelve un poco psicólogo buscando técnicas que favorezcan un ambiente dinámico, de respeto y fluidez creativa.



Foto 3. El estudiante debe expresarse.

Es importante reconocer que los docentes de primer año deben tener el mejor perfil de la carrera, son como los alfiles, torres y reinas del ajedrez, buscan atacar los bloqueos mentales, el conformismo y atrapar al estudiante en un mundo lleno de innovación.

Los que han tenido la experiencia de trabajar con los jóvenes en el curso de Fundamentos del Diseño han escuchado esta exclamación: “No hice lo que el profesor quería”, “Otra vez fallé”.

Hay que enseñar a los estudiantes que no hay que tener miedo al error y sobre todo sacar provecho del mismo para aprender, esto hace la diferencia para alcanzar un nivel más creativo. El poder tener la habilidad de ir detectando que se debe mejorar también es una de las cualidades de los creativos. Otra de las herramientas de la enseñanza de Fundamentos del Diseño es la habilidad para observar la naturaleza y su evolución, aprendiendo de la técnica del maestro y genio Da Vinci, quien sus principios y conocimientos, científicos y de arte los basaba en la observación y experimentación.

Es necesario evitar que los mismos estudiantes se vuelvan asesinos de su creatividad, quizá se hace familiar algunas de las siguientes frases: “es muy difícil ser creativo”, “a mí no se me da ser creativo”, “ser creativo lleva mucho trabajo”. “Nunca se me ocurre nada”. Alerta!!!. El estudiante está siendo suicida de su creatividad, siendo el docente el indicado en rescatar y evitar el múltiple asesinato de la creatividad. Es importante facilitar técnicas de estimulación de creatividad o herramientas que permitan buscar soluciones distintas a problemas que posiblemente cualquier persona podría ver de una misma forma. Es decir, el lente del diseñador gráfico es especial y permite visualizar la vida de forma distinta, prácticamente estamos ante un proceso en el que se debe programar al estudiante a visualizar el éxito y alcanzarlo, a no tener miedo y a confiar en sí mismo, no hay que tener miedo al ridículo hay que disfrutar el equivocarse y tomarlo positivamente.

Otro de los casos al cual nos hemos enfrentado, son las situaciones incómodas en donde el estudiante se molesta por las opiniones respecto a su trabajo por parte de sus compañeros o del propio docente. Desde los primeros años hay que fomentar en los estudiantes que no hay que ser indiferentes a la confron-

tación de ideas, el diseñador no trabaja solo, es necesario trabajar en equipo y permitir que el intercambio y confrontación de ideas facilite opciones más innovadoras y funcionales.

Un reto que debemos ayudar al estudiante a superar es encasillarse con la primera idea, limitarse a creer que lo primero es lo creativo es uno de los errores más grandes que se cometen en los primeros años; hay que hacerles conciencia que automáticamente están descartando una infinidad de opciones que son mucho mejor que la primera. Ya que éstas tienen aspectos que quizá en la primera se pasó por alto, automáticamente el cerebro empieza a profundizar más sobre un tema o buscar dentro del banco de experiencia de diferentes formas.

Así como el estudiante muchas veces es el autor de sus bloqueos mentales, los docentes también son responsables de los mismos en algún momento, han utilizado “siempre es así”, “eso no funciona aquí” o lo clásico “esa es la norma y hay que seguirla”. En algunos casos debe ser el docente el que guíe el proceso estimulando a que el mismo estudiante diferencie y llegue a la mejor solución innovadora, pero sin cerrarle la mente o como se dice en buen chapín el cortarles las ideas.

Es aconsejable que se fomente en el estudiante tener una mente como una incubadora de ideas, que le permita estirar, fusionar, madurar y cultivar opciones, que desafíen las ideas estándar del medio. Además hay que buscar frases positivas, constructivas que ayuden a fortalecer la autoestima y como mencioné en el párrafo anterior la confianza del joven.

“En realidad, el ejercicio es para el cerebro, no para el cuerpo. Afecta al estado de ánimo, la vitalidad, la viveza y la sensación de bienestar.” Dr. John J. Ratey, Escuela de Medicina de Harvard.

Al igual que el cuerpo necesita de ejercicio para su salud y buen estado, así la mente necesita de ejercicios que estimulen su creatividad. Por lo cual, los docentes de Fundamentos del Diseño también nos volvemos instructores de la mente, planificando que los ejercicios que realiza el estudiante le faciliten el desarrollo de la creatividad.

Desde el primer año de la carrera hay que enseñar a los estudiantes a ser cazadores de la creatividad, a no dejar ir las ideas brillantes que se nos ocurren, a tener la famosa libreta de bocetos o ideas ocurrentes en las cuales fluye libremente la creatividad. Es curioso, cuando al estudiante se le deja un trabajo por alguna extraña razón el porcentaje mayor de los mismos se niega a pensar y explorar su mente casándose con la primera y única idea que para ellos a veces es genial. Por qué cuando no es trabajo y por convicción se inicia a explorar las ideas en la libreta de bocetaje, entonces ¿por qué no hay un sentimiento de frustración, ni cansancio? Fluyendo de forma espontánea las opciones, dejando salir lo que la mente visualiza.



Fotos 4 y 5. El estudiante debe buscar ser creativo interpretando todos los signos.

Otra de las herramientas que tienen que ver con la creatividad, es la capacidad de administrar el tiempo. Aprovechar al máximo el espacio o tiempo entre

los distintos procesos, facilita generar opciones distintas y explotar todos los recursos que estén a su alcance generando opciones distintas.

En fin, lo importante y la tarea del docente, aparte de facilitar el proceso para el aprendizaje de los contenidos y competencias, es generar un ambiente o condiciones que estimulen la creatividad.

La nueva visión de enseñanza en el primer año de la universidad, del curso de Fundamentos del Diseño, es encontrar un equilibrio en la metodología que permita dar contenido, facilitar técnicas de estudio y estimular la creatividad, fortaleciendo una visión positiva que les permita en la etapa de adaptación una confianza en sí mismos para lograr la meta de su formación.

“Cuando intentamos tomar alguna cosa por separada descubrimos que está unida a todo lo que hay en el universo.” John Muir

Dentro de esta nueva visión se propone reconectar al alumno con la naturaleza, explorando la riqueza que se puede encontrar en sus formas, texturas, colores y estructuras. Esta experiencia utilizando todos sus sentidos para ser explorador de la naturaleza permite que estimule la creatividad y logre tener un banco de información más extenso que un banco de sólo fotografías.

Concluyo esta intervención haciendo mención de dos frases:

“Me sorprende cómo nuestra cultura puede destruir la curiosidad en el más curioso de todos los animales, el ser humano”. Paul Maclean

Es importante que como docentes del primer curso que los estudiantes reciben en relación al diseño, Fundamentos del Diseño, se busque hacer posible el aprendizaje cuando se crea ánimo, intereses, curiosidades, inquietudes y fuerza emocional necesaria para que el estudiante se sostenga en su camino acompañado de una base conceptual.

“De tal manera está hecho el hombre que cada vez que algo enciende su alma la imposibilidad se desvanece”. La Fontaine

Tenemos el compromiso de abrir las mentes de los estudiantes dando las herramientas necesarias para poder encender su alma, rompiendo el famoso shock de primer año, los estudiantes ya no oirán la palabra “creatividad” como un enemigo, sino como un signo de estimulación para la innovación de sus proyectos.



Fotos 6, 7 y 8. Conociendo las diferentes formas

El diseñador no es como lo pintan

M.A. Licda. Dialma Fuentes Marroquín
Coordinadora Académica Departamento de Diseño Gráfico

El otro día me enviaron un correo electrónico titulado “50 razones para no casarse con un Diseñador Gráfico” el cual inmediatamente llamó mi atención. Empecé con entusiasmo, esperando encontrar frases o situaciones en las que todos nos hemos visto involucrados en algún momento. Sin embargo, las primeras 10 razones únicamente hacían referencia a lo que otros opinan y que en algún momento se tornó ofensivo. No mencionaré las cincuenta sino me detendré únicamente en tres.

- Son egoístas, ególatras y siempre llevan la contraria.
- Quieren salvar al mundo sólo con un cartel.
- Se enojan si les dices “bonito”, “feo” y “artista”.

Suficiente para empezar a pensar en las causas y consecuencias de estas afirmaciones. Egoístas, puede ser y ególatras no, aunque reconozco que he conocido a algunos pocos. Somos egoístas cuando trabajamos solos porque nos consideramos autosuficientes, ya que es normal que al presentarse un problema de comunicación visual lo primero que quisiera hacer el diseñador gráfico es llegar lo más pronto posible a su estudio, tomar lápiz y papel y empezar a trabajar, pues sin ellos no se puede expresar porque se convierten en sus ojos, oídos y voz. Una vez iniciado el proceso de diseño, quisiéramos saber con certeza que se alcanzará una propuesta excepcional después de horas de bocetaje intenso.

Otra situación se presenta cuando se visita al cliente, quien plantea la demanda y automáticamente nos creemos dueños del proyecto, considerando que el cliente no sabe más y nos desaparecemos hasta el gran día en que llegamos

con la propuesta del cartel que “salvará el mundo” como indica el famoso correo que dio origen a todo esto.

Si en algún momento el lector se ha identificado con alguno de los ejemplos propuestos, podría ser que tenga tendencias egoístas o que se considere un super héroe, por lo que se puede considerar culpable de que otros estén generando estas opiniones y generalizar lo que somos los diseñadores gráficos, sin embargo todos podríamos estar aportando un granito de arena a este volcán, sin haberlo identificado así.

Quisiera pensar que la confusión se presenta desde el nombre que tenemos: diseñador gráfico sin apellidos; y como indica Frascara en su libro *Diseño gráfico y comunicación* “el título más apropiado y descriptivo es diseñador de comunicación visual”, porque ese debe ser nuestro objetivo. Comunicar algo a alguien que por supuesto no somos ni el cliente ni nosotros; en algún lugar y solventando una carencia. Pero nuestro egoísmo no permite que salgamos de la zona de seguridad y así los que no han tenido experiencia fuera de las aulas, se limitan dar soluciones en función de lo que creen saber y se aventuran a manejar el presupuesto del cliente que invertirán en un perfecto desconocido que recibirá la información. Sería como proponer que alguien se lance a comprar algo, cualquier cosa, sin al menos saber cuál es su función, el precio, las ventajas, los posibles problemas, y tantas otras preguntas que es necesario responder antes de efectuar el pago.

Hay que reconocer que el egoísmo en realidad es el reflejo de la poca importancia que se le está dando a la investigación. Si es un proyecto dentro de un área que no conocemos y nos proclamamos curiosos, deberíamos dar la bienvenida a éste porque implica un reto y esto es parte natural de nuestro trabajo y como menciona Stewart “una investigación para un proyecto de diseño implica buscar, encontrar y reunir información pertinente que ayude a configurar la dirección del proyecto. Siempre tiene que existir un motivo para tomar una decisión de diseño en lugar de otra y, con frecuencia, es un motivo que ha salido a la luz de la investigación” y por esto nos debería quitar el sueño el que nos comenten que el trabajo realizado es “bonito”, “feo” o de un “artista”, porque simplemente la propuesta no ha sido desarrollada a capricho.

Y es que, de pronto pareciera que nos topamos hablándole a una pared fría y muda simplemente porque la palabra *investigar* desconcierta a los estudiantes, se vuelve compleja, incomprensible y no pocas veces, sumamente aterradora. No existe coherencia entre lo que piensan que es la carrera de diseño y lo que se está solicitando. Lamentablemente el reclamo sigue siendo “somos diseñadores y tenemos que dibujar”, pero ¿sobre qué tema?, ¿para quién?, ¿por qué?, ¿cuándo?, ¿cómo?

El trabajo de los docentes seguirá siendo rescatar el motivo por el que se contrata a un diseñador gráfico, mismo que debe ser porque somos expertos en comunicación visual y lo mínimo que se debería empezar a hacer para cambiar la percepción de esta profesión, es preguntar, preguntar y seguir preguntando porque “*la creatividad en diseño requiere una inteligencia objetiva y flexible de manera de poder entender las intenciones del cliente y las posibles percepciones de una amplia gama de receptores potenciales*”, de acuerdo a Frascara 2000, porque los estudiantes deben ser conscientes de presentar un proyecto con fundamentos y tener el compromiso consciente de crear puentes entre el cliente y su grupo objetivo, sabiendo que tenemos efecto sobre la gente de transformar una realidad existente por una realidad deseada.

No basta con utilizar el sentido común, debemos saber lo que estamos hablando. Hasta que los estudiantes no se involucren a conciencia investigando de verdad, seguiremos observando el diseño de otros países como una referencia, sin embargo la historia del diseño gráfico en Guatemala puede empezar a cambiar desde las mismas aulas.

Bibliografía

- Frascara, (2000). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires: Infinito.
- Frascara, J. (2008). *Diseño gráfico para la gente*. Infinito.
- Martínez, J. (2004). *Comunicación en el diseño gráfico*. España: Laberinto.
- Stewart, B. (2007). *Packaging, manual de diseño y producción*. Barcelona: Gustavo Gili.

El uso de las referencias

Lic. Jorge Rossi

Catedrático tiempo fijo del Departamento de Diseño Gráfico

Comúnmente hacemos mención sobre usar referencias, visuales se entiende, para ayudarnos a resolver este o aquel trabajo. Instamos a nuestros alumnos a investigar, buscar y usar referencias todo el tiempo. ¿Pero, qué es en sí una referencia? Básicamente es cualquier ayuda visual, que nos proporciona información puntual y exacta sobre un área específica. A modo de aclaración, no se pretende que el alumno realice desde cero, cualquier proyecto, como tampoco lo haría cualquier profesional que se respete. Más bien se guía y motiva a que haga uso de esta herramienta tan común como versátil. Posiblemente la manera más sensata de utilizarla sea hacer una recopilación de todas las referencias que podrían servir, para llevar a cabo dicho proyecto y estudiar las partes específicas a utilizar en el referido

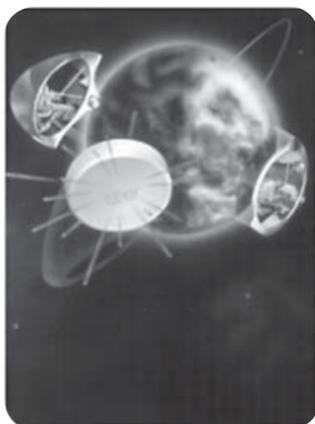


Foto: En este caso era imposible una fotografía.

proyecto. Aquí, aunque simple en concepto, es donde la mayoría fracasa, pues pretenden encontrar la referencia perfecta. La que por sí sola soluciona todas las dudas y entonces el proyecto se convierte en una simple copia, desvirtuando tanto el propósito de la referencia como el de la ilustración. De hecho cuando se solicita una ilustración, se hace generalmente basado por uno de estos dos motivos. El primero de ellos se da cuando es prácticamente imposible fotografiar lo que se necesita y el segundo cuando aún no existe físicamente lo que se quiere ilustrar.

Por supuesto que hay muchas variaciones sobre lo anteriormente apuntado, pero en esencia todos los casos se basan en lo anteriormente expuesto. A continuación algunos ejemplos.



Foto: Aún no existían físicamente los productos.

Con cierta experiencia, se pueden lograr buenas ilustraciones, logrando integrar distintas partes o secciones de diferentes referencias, en un mismo proyecto. Después de un poco de práctica, se es capaz de hacer variaciones de valor tonal, color, forma y composición según se requiera.

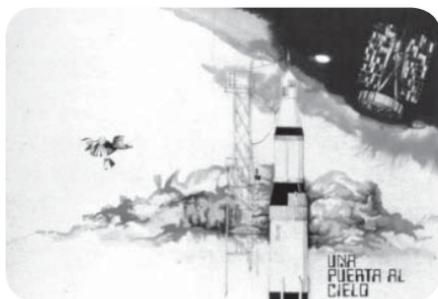


Foto: Aquí se utilizó una referencia de bomba nuclear para el fuego del cohete y una torre de extracción de petróleo para la torre de despegue.



Foto: Se utilizaron referencias de: el Gran Cañón del Colorado, Four corners y del Rallie París-Dakar.



Foto: Como referencias se utilizaron: Fotografía de comercial de shampoo de modelo femenina saliendo de piscina (variantes de tono, color y forma), garza real (blanca), como referencia de pose, tres fotografías diversas de garzas púrpura. Una por color y detalle en la cabeza, otra para textura de plumas y una más para el color y textura de las patas.

A manera de reflexión final cabe mencionar, que en el oficio del diseñador gráfico, la mayoría de las veces se busca que lo que se representa gráficamente “parezca” lo que se desea, no forzosamente que lo sea. Esto quiere decir que si es suficientemente creíble en todos sus aspectos, el observador, lo aceptará como real sin cuestionamientos.

Aporte de la Bauhaus al diseño gráfico, dentro de la comunicación gráfica y su desarrollo como disciplina

M.A. Licda. María del Rosario Muñoz

Catedrática de dedicación completa del Departamento de Diseño Gráfico

Dentro del ámbito del diseño gráfico es importante rescatar movimientos artísticos que realmente hayan trascendido, como es el caso de la Bauhaus, que a pesar de haber tenido únicamente catorce años de vida, logró crear un estilo no sólo en esta área sino también dentro del diseño industrial y arquitectónico, donde se consideró la viabilidad y funcionalidad dentro de las distintas soluciones. La Bauhaus se estableció como escuela donde se sentaron las bases del trabajo profesional e interdisciplinar del diseño. En este artículo se verá el aporte de los principales representantes de dicho movimiento dentro del diseño gráfico; para el efecto se consideró pertinente tratar los aspectos antes mencionados, tomando como base las etapas cronológicas de la escuela.

Primera etapa en Weimar (1919-1923), director: Walter Gropius

Al inicio, la Escuela de las Artes y Oficios de Weimar, que era una escuela de bellas artes, se une con la Academia de Arte de Weimar; Gropius llamó a la nueva escuela Das staatliches Bauhaus, término alemán que se origina de las palabras “bauen” (construir) y “haus” (casa). Entre los profesores estaba Johannes Itten (suizo) y Lyonel Feininger (pintor americano de origen alemán que perteneció a Der Blaue Reiter); luego se unieron Paul Klee y Wassily Kandinsky, que aportaron ideas innovadoras en cuanto a la forma, el color y

el espacio. Fue fundamental el curso preliminar establecido por Itten, basado en la experiencia directa, así como el desarrollo de la conciencia perceptiva, la capacidad intelectual y la experiencia emocional. Desde 1923 se dio un enfoque hacia el diseño aplicado, de manera que Gropius cambió el lema “Por la unidad del arte y la artesanía” por el de “Arte y tecnología, una unidad nueva”, de esta manera se evidencia la presencia de la industrialización, por lo que la Bauhaus debía estar a la vanguardia en cuanto a las demandas de diseño arquitectónico, industrial y gráfico.

Los manifiestos, programas, carteles y catálogos impresos en los talleres de la escuela, evolucionan por los cambios en la pedagogía de la escuela, lo cual se hace visible en el diseño del sello de la escuela elaborado por Oskar Schlemmer en 1922 (foto 1), en comparación con el diseñado en 1919 por Peter Röhl (foto 2); el cambio se marcará más con la llegada de László Moholy-Nagy en 1923, quien establece la tipografía como disciplina obligatoria, además de explorar la pintura, la fotografía, la cinematografía y la escultura. Moholy-Nagy tenía influencia del Constructivismo, Dadaísmo y De Stijl, y se caracterizó por ser un artista teórico y experimental bastante vanguardista, de ahí su gran influencia en la Bauhaus. Fue seguidor de Adolf Loos, quien tenía razonamientos que vendrían a ser un claro antecedente de la aplicación radical de la tipografía minúscula en la Bauhaus, que surge en 1925, con la que se rompe con lo tradicional y constituye un triunfo del espíritu racional en la escuela. En los distintos materiales impresos se da la composición asimétrica con gruesos filetes de caja y el uso corriente del rojo y el negro, donde se evidencia la intervención teórica e incluso la visión constructivista basadas en El Lissitzky. En cuanto al cartel, la Bauhaus establece que debe transmitir instantáneamente todos los puntos básicos de una idea y propone como recursos a la fotografía y a la tipografía, incluyendo el uso audaz del color.

Segunda etapa (Dessau), directores: Walter Gropius (1924-1927) y Hannes Meyer (1928-1929)

Fueron evidentes las influencias de De Stijl y los constructivistas, pero la Bauhaus establece claramente sus propios principios en el diseño de productos, mobiliario de acero, arquitectura funcional y la tipografía del siglo XX. Los maestros cambiaron su nombre por el de profesores, y se abandona el sistema

inspirado en el maestro medieval, oficial y aprendiz. En 1926 la escuela recibió el nombre de Hochschule für Gestaltung o Escuela Superior de la Forma, y se inicia la publicación de la revista Bauhaus. Klee, Van Doesburg, Mondrian, Gropius y Moholy-Nagy fueron editores y autores de algunos volúmenes de estas series de libros de la escuela. Destaca Herbert Bayer, quien se convirtió en profesor del taller de tipografía y diseño gráfico. Bayer introdujo notables innovaciones en el diseño tipográfico: –utilización exclusiva de fundiciones con tipos sans serif, así como el diseño de un tipo universal para reducir el alfabeto a formas claras, simples y construidas en forma racional donde elimina las letras mayúsculas, para lograr un único alfabeto (ver foto 3). –El círculo, cuadrado, rectángulo, triángulo y los tres colores primarios eran los elementos básicos de la diagramación, esta última a su vez era sistematizada en los tamaños de las imágenes y las columnas; se dio la justificación de textos a la izquierda, la jerarquía de textos y la economía de espacios. –Las líneas dividían la superficie en distintas áreas según su importancia temática y también se diferenciaban entre sí por su grosor, para lograr dinamismo y definición en el diseño. –El cambio de tipografía en una misma composición tipográfica. –La altura de los tipos se redujo a unos pocos tamaños definidos, y casi siempre se empleaban dos colores como el negro y otro color distinto del gris. –Los ejes de diagramación horizontales y verticales predominaban en la composición, además se giraron los textos a noventa grados. –Empleo de barras, líneas, puntos y cuadrados para subdividir el espacio, unificar elementos diversos y llamar la atención hacia los elementos importantes. En 1930, Bayer diseñó un interesante plan de exposición, sistema que ha sido imitado frecuentemente en las exposiciones a nivel internacional.

Tercera etapa, en Berlín, director: Mies van der Rohe (1930-1933)

En 1928, Gropius renuncia a su cargo y Bayer y Moholy-Nagy se marchan a Berlín, dándole prioridad al diseño gráfico y la tipografía dentro de sus actividades. Joost Schmidt sucedió a Bayer como maestro de tipografía y diseño gráfico, quien se alejó de las ideas constructivistas para proponer variedad en las fundiciones de tipos (ver imagen 4). Desarrolló el diseño de exhibición con paneles estandarizados y organizados con sistemas reticulares. La dirección de la Bauhaus estuvo a cargo del arquitecto suizo Hannes Meyer, quien renuncia en 1930 y le sucede Mies van der Rohe, arquitecto berlinés,

quien se destacó por su afirmación acerca del diseño “menos es más” actitud que prevaleció en la arquitectura. Debido a la confrontación con el partido Nazi, la Bauhaus desaparece en 1933, y a raíz de la persecución nazi, muchos profesores, intelectuales y artistas huyeron a Estados Unidos. Gropius y Marcel Breuer dieron clases en la Universidad de Harvard, y Moholy-Nagy estableció la Nueva Bauhaus, actual Instituto de Diseño en Chicago.

El método interdisciplinar de la enseñanza de la Bauhaus permitió que el diseño gráfico se relacionara con la arquitectura (rotulación de fachadas, montaje de exposiciones y decoración gráfica de interiores), con el diseño industrial (marcas, envases, anuncios y embalajes), con el teatro (decorados, invitaciones, entradas y carteles), de allí logra la interdisciplinariedad. El diseño gráfico a su vez no se ve como exclusivamente comercial, sino también como una contribución cultural que expresaba y manifestaba el espíritu de la época. Mucho de esto se debió a los trabajos experimentales y teóricos de Moholy-Nagy en fotografía, tipografía y en el diseño de publicaciones, así como en la variada producción de Bayer en el diseño de anuncios y publicaciones. La Bauhaus vino a ser el parámetro de toda escuela que surgió posterior a ésta, y en lo que concierne a diseño gráfico, se ordenó su actividad, dándole una metodología, por lo que de una actividad espontánea, por decirlo así, artística, se originó una disciplina profesional específica.

Referencias bibliográficas

- Meggs, P. (1991). *Historia del Diseño Gráfico*. México, D.F.: Editorial Trillas, S.A.
- Müller-Brockmann, J. (1998). *Historia de la comunicación visual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Satué, E. (2006). *El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza Editorial, S.A.

En la página siguiente, las imágenes indicadas en el artículo.



Foto 1 (Fuente: Satué, 2006)



Foto 2 (fuente: Satué, 2006)



Foto 3 (Fuente: www.macromedios.net/blog/historia-en-imagenes-del-diseno-grafico-bauhaus.html)



Imagen 4 (www.bauhaus.de/aktuelles/neuerwerbungen+M52087573ab0.html)

Más allá del dibujo anatómico

Lic. Jorge Hernández

Catedrático de dedicación completa del Departamento de Diseño Gráfico

Se puede encontrar en las diferentes escuelas de diseño donde se enseña el dibujo de la figura humana, que los participantes tienen una visión que lo más representativo en su aprendizaje es el poder realizar una representación de la figura por medio de cualquiera de las técnicas académicas ilustrativas o pictóricas. Aunque el estudio de la misma es la antesala a otras materias, tales como el estudio de personajes, y animación. De lo anterior expuesto, hay que resaltar un aporte más que nos da el estudio del dibujo anatómico, y es estimular el sentido de volumen de la figura, o de cualquier objeto.

Aunque la persona que estudia el dibujo anatómico encuentre que existe un mercado que demanda soluciones ilustrativas, también hay un mercado creciente que demanda que tenga la agilidad mental en visualizar una persona, producto, u objeto en tercera dimensión y en diferentes ángulos, y aún más, tiene que tener la agudeza de saber anticipadamente cuál va ser el mejor ángulo, que pueda discriminar otros ángulos ya expuestos en tomas fotográficas o en videos, escenas o ángulos que no han sido expuestos antes, y que dará al producto, bien o servicio este diferenciador.

Podemos decir entonces que el estudio serio del dibujo anatómico lleva consigo no sólo la solución ilustrativa en forma bidimensional, sino que hoy por hoy va involucrada la tercera y cuarta dimensión. Con esto último, nos referimos a que el estudio del dibujo anatómico en las escuelas de diseño va más allá del pensamiento convencional que se tiene del mismo, en su estudio no sólo nos referimos a la representación gráfica de una referencia u observación de un personaje conocido, sino a la capacidad de dar vida a un personaje

que sale de nuestra imaginación, que no sólo vamos hacer que se pueda ver de diferentes ángulos, sino que se mueva, que transmita emociones y que el espectador se identifique con él. Se puede ver en los diferentes campos en los cuales está involucrada la comunicación visual sea con el propósito que venda, recree, o eduque.

Lo que nos es familiar

Un punto más de estudio que nos interesa resaltar es la humanización de cualquier objeto o concepto, esto sólo se podrá realizar teniendo buenas bases de dibujo anatómico como ya se ha mencionado, en base a este podemos observar en nuestro cotidiano la intervención constante de este concepto. De ello podemos aseverar que por naturaleza el ser humano asocia y apropia muy fácilmente un concepto si se siente identificado con el mismo, o en caso contrario que pueda identificar los valores con los que no se identifica, o no le son propios.



El humanizar por medio de movimientos, expresiones, gestos o situaciones dadas, hacen que un producto bien o servicio, sea fácilmente asociado, familiarizado por el usuario. Fácilmente podemos recordar anuncios que fueron pautados en cualquier medio gráfico, los cuales trajeron a nuestra mente un recuerdo, el cual nos ayudó hacer click con el producto que vimos.

Lo interno

En este momento entramos en un tema muy importante y amplio, que es la psicología del consumidor. De ella sabemos que el potencial real de todo ser humano está en su inconsciente, y el traer a la superficie recuerdos, sen-

timientos que están en lo más profundo del inconsciente del consumidor, no sólo se logra potenciar su capacidad, sino su grado de posicionamiento e identificación con el producto, y el posicionamiento con éste estará en su mente, por lo que el reto que tendrá cualquier empresa o persona es mantener el reconocimiento o valoración de la marca, por medio del “*top of mine*”.

Más allá de la expresión

Hay un dicho popular que dice “una imagen vale más que mil palabras”, de esto podríamos parafrasear que “un gesto vale más que mil expresiones”. La agudeza del creativo, está en saber asociar en la personalidad del personaje creado con el tiempo en el cual éste transmita el mensaje, sea éste de apariencia humana, de objeto conocido o desconocido, sea el que fuere. Lo más importante es que las expresiones o gestos que se realicen digan mucho más que un sinnúmero de oraciones, el hecho.

Se ha preguntado por qué cuando por primera vez observamos el anuncio de PIXAR, el ver a la lamparita posicionarse en el espacio de la “i”, fue tan lógico y se aceptó que ese era su espacio. El sencillo movimiento que realiza al girar el reflector nos expresa tan elocuentemente que hay humanidad en ella, no hay ninguna expresión pero con movimientos sencillos nos dice que es la acción. ¿Alguna vez se ha preguntado qué significa PIXAR? ¿Qué significa la lamparita? ¿Por qué asumimos que es una lámpara pequeña? Porque nos identificamos tan fácilmente con él, podemos decir que PIXAR estudios



utilizó la retórica para dar respuestas a todas estas incógnitas, que sencillamente no las cuestionamos y que en sus inicios fueron calificadas de geniales.

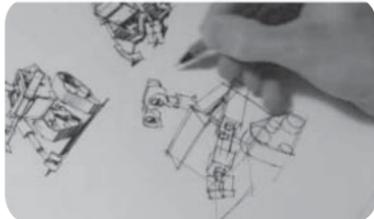
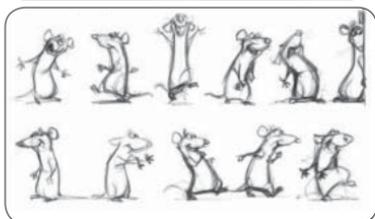
Seguramente las desproporciones de la lámpara nos dicen del niño interno que tenemos dentro, ese niño que toma lo suyo y no pregunta, además las características de la misma nos hablan que es una lámpara de dibujo, de un dibujo que es humano, o que es realizado por seres humanos, ya que con el nombre y la tipografía utilizados nos habla de los aspectos tecnológicos, los cuales trabaja el estudio y, por ende, son su característica. Aunque de lo que podemos mencionar, el estudio está en constante innovación en cuanto a su tecnología, y en cuanto a su producción, la mayoría de sus producciones han llegado a diferentes públicos. Sean monstruos, juguetes, animales.

Aquí hay un punto importante de tocar, “la coherencia entre lo que decimos con lo que hacemos”, ésta es una ley de marca, y esto sirve para que en la mente del usuario esté posicionado el producto.

Más allá del más allá

El reto de los actuales creativos, es el de ser agudos con la observación de los eventos que están pasando, los que pasaron, y traerlos a la actualidad y contextualizarlos, ya que lo genial de un mensaje, cualquiera que sea el medio, es que en una forma sencilla y espontánea cautive nuestra atención y que sea memorable. Parece lo más sencillo pero como diría el comandante japonés Tzun “en lo sencillo está lo más complejo”. Gestión del talento, Jericó, Pilar.

La tecnología vino a facilitar muchos aspectos del trabajo de producción, pero el trabajo creativo aún se sigue haciendo en forma manual, lo cual nos dice que en el proceso creativo, es necesario tomar el tiempo que nos ayuda a reflexionar y a tomar la mejor decisión.



Bibliografía

- Gestión del talento, Jericó, Pilar. Ediciones Prentice Hall (2008)
- Las bases de comic. Colección Leonardo N° 35, Ediciones Vinciana.
- <http://images.google.com.gt/imgres?imgurl>
- http://www.cgexplorer.com/_sys/wp/wp-content/uploads/2006/02/buzz-lightyear-drawing-pixar.jpg&imgrefurl
- http://www.cgexplorer.com/2006/02/17/rob-warren-pixar-interview/&usg__UvOM8hHyOg4N_8ZIIgnXWnr6Eyg=&ch=600&w=403&sz=50&hl=es&start=72&itbs=1&tbnid=Nipyu0DOzizLcM:&tbnh=135&tbnw=91&prev=/images%3Fq%3Dpixar%2Banimation%2Bstudios%26start%3D54%26hl%3Des%26sa%3DN%26gbv%3D2%26ndsp%3D18%26tbs%3Disch:1

Parafraseando el diseño

M.A. Lic. Gustavo Adolfo Ortíz Perdomo
Catedrático de dedicación completa del Departamento de Diseño Gráfico

“El diseño consiste en diseñar un diseño para producir diseño”
(anónimo)

En lo tangible y en lo intangible, en las ropas que visten, en las luces que iluminan, los empaques que protegen, los automóviles que transportan, los platos donde se colocan los alimentos, los cubiertos y utensilios de cocina, la mesa donde se come, la casa donde se vive, la cama donde se duerme, la silla donde nos sentamos, la estufa donde se cocina, el refrigerador que conserva los alimentos, el semáforo de la calle, la señal de tránsito, la valla publicitaria, el diario mututino, el rótulo del supermercado, la caja registradora, la factura, todo lo que nos rodea, tiene una función y razón de estar, tiene un diseño; característica básica de lo humano y determinante esencial de la calidad de vida.

El diseño tiene tantos niveles de significado que constituyen una fuente de confusión. (Maria Ledesma, 2003). El amplio espectro de capacidades que abarca el término “diseño” requiere que los medios se adapten cuidadosamente a los objetivos. El diseño como término es bastante común pero lleno de incongruencias y relativismos; se manifiesta de formas muy numerosas y carece de claridad y definición por falta de límites.

La práctica, el significado y el valor del diseño se encuentran rodeados de confusión a causa de la ausencia de un acuerdo que lo generalice no importando un campo de acción. John Heskett (2008), siguiendo esta línea, comenta que esta confusión la generan la amplitud de prácticas bajo la firma que se denomina diseño, es decir diseño industrial, diseño gráfico, diseño

arquitectónico, diseño publicitario, de producto, de moda, multimedia, entre muchas más, sumándole a éstas las actividades que se apropian de la palabra diseño como diseño de peluquería o diseño de uñas.

Al realizar un corte en el tiempo y se visualiza más allá del objeto como producto, su génesis, se trata de entender su existencia, la finalidad que tiene dicho producto o mensaje al momento que sea percibido, no importando el medio, se cuestiona realmente qué es el diseño, realmente qué significa diseñar. Rick Poyner, crítico de diseño comenta que su significado es relativo, partiendo de quien lo define, pues existen muchas maneras de diseñar, existen elementos tangibles e intangibles que se diseñan. Un pedagogo realiza el diseño instruccional en un curso, un programador diseña una base de datos o un sistema, un mercadólogo diseña estrategias de mercado, un politicólogo diseña políticas, en fin, todos diseñan.

Dependiendo del contexto del diseñador, así define el concepto de diseño como diseño, aterrizándolo casi siempre en su campo de acción, cegado por su quehacer, deja por un lado la esencia de la definición del diseño y asume que únicamente su actividad es diseño.

Si el ser humano es diseñador por naturaleza, dependiendo de sus necesidades, resuelve sus problemas, entonces, cómo definir la palabra diseño sin terminar o concluir la oración con un campo de acción determinado. Raúl Belluccia (2007) en sus ilusiones y desengaños, escribe que se tiene la ilusión de que “el diseño es un concepto tan amplio que puede encasillarse en una sola definición; por el contrario, la diversidad de definiciones expresa su riqueza y sus múltiples posibilidades”, y el desengaño de que, “el diseño es el nombre de un oficio o especialidad cuyo fin consiste en definir, antes de su elaboración, las características finales de un producto para que cumpla con unos objetivos determinados”.

Realmente qué es diseño, simplemente se puede definir con tres palabras, el diseño es la *planificación y desarrollo* de un *producto*, independientemente en cuál disciplina se desarrolle.

Las figuras retóricas y el diseño

Mtro. Alejandro Tapia*

Presidente del Consejo Mexicano de Acreditación de Programas de Diseño, COMAPROD

La tradición literaria ha sido uno de los campos donde, desde la antigüedad, se ha desarrollado mejor el estudio de las llamadas figuras retóricas. Estas son estrategias que aplicamos al lenguaje para construir expresiones elocuentes. Buena parte de la poesía medieval, así como la renacentista, estuvieron fundadas en el dominio de las mismas, lo que dio gran auge a los tratados sobre figuras así como a la métrica, que formaban parte del corpus de la retórica tal como se desplegó a lo largo de siglos. El resultado altamente codificado de este sistema entró sin embargo en crisis durante el siglo XIX, cuando el romanticismo apeló a la idea de genialidad y originalidad y para el cual el uso de los tratados sobre figuras, con sus reglas y ejemplos, parecía demasiado limitante. Entonces los tratados sobre el tema entraron en desprestigio, junto con todo el modelo retórico, dando lugar a un desplazamiento de este arte dentro de las academias y favoreciendo en cambio la idea de autor y su aura como el eje de la problemática de la producción de los estilos y de la originalidad.

Desincorporadas así de su base inventiva, las figuras pasaron a ser vistas como elementos de ornato, fórmulas que por provenir de una tradición escolástica quedaron fuera de la discusión del Arte con mayúscula. Sin embargo, a partir de la segunda mitad del siglo XX el asunto entró de nuevo en discusión, a raíz de los planteamientos de la semiótica, la lingüística y las teorías del discurso, que debían poner en relación la sustancia del lenguaje con su base cognitiva y su papel social. Ello desde luego colocó de nuevo el estudio de las figuras en un primer plano, así como la retórica recobró también su relevancia.

Roland Barthes, en su revisión sobre la trayectoria histórica de esta disciplina, señaló por ejemplo que justamente una de las causas del declive de la retórica había sido justamente que ésta se había reducido sólo al estudio de las figuras, olvidando que éstas sólo pertenecen a la *elocutio*, pero que la retórica incluía otras partes como la *intelectio*, la *inventio*, la *dispositio* y la *actio*. Tal reducción sería la causa de que figuras como la metáfora, la metonimia o la sinécdoque no fueran vistas en su carácter sustancial como vehículos esenciales del pensamiento, sino como pura estilística. Y en efecto, uno de los grandes reformuladores de la retórica como Chaim Perelman se habían negado a incluir un capítulo sobre figuras en su tratado, intentando contrarrestar este reduccionismo y enfocándose más bien en el estudio de los tópicos y los tipos de argumentos (es decir en la *inventio*) para hacer su exposición. Esta discusión cobró mejor forma cuando el Grupo, partiendo de las bases de la semiótica, formuló una retórica general que no tiene ya el tinte de la estilística sino de la de una ciencia de la expresión, mostrando cómo en el uso de la lengua ocurren, en el uso, cuatro tipos de desplazamientos: fonéticos, sintácticos, semánticos y lógicos, dando así lugar a cuatro grupos de figuras, metaplasmos, metataxas, metasememas y metalogismos, clasificación que recobra en una nueva forma lo establecido por la retórica original.

A estos estudios se añaden planteamientos como el de Paul Ricoeur, quien aunque se concentra en el estudio de la metáfora como la figura más relevante del corpus retórico, demuestra que en flujo de las expresiones interactúan siempre los significados, de modo que las palabras son objetos de cruce y no significados estancos, en los que el pensamiento resuelve sus hallazgos y conquista nuevos espacios mentales. Y así mismo la investigación largamente emprendida por Lakoff y Johnson ha dado a las figuras un relieve decisivo al demostrar de hecho la concordancia entre los factores cognitivos de la mente y las políticas de la expresión, lo que devuelve toda su magnitud a la retórica como una disciplina clave para entender la organización de los conceptos que conforman a una comunidad, a una polis.

Las figuras retóricas están en realidad lejos de ser un puro ornamento. Son las formas en las que hacemos recorridos mentales para formar expresiones anclándolas en el sentido adecuado a una situación comunicativa. Normalmente la teoría de las figuras sostiene que consisten en usar una palabra o frase en un sentido distinto al de su significado normal, desplazamiento que se puede

realizar en varias direcciones y con el cual la comunicación alcanza sus objetivos precisos, pues ésta implica dirección interpretativa, énfasis, comparaciones, alcances semánticos y disyunciones claras. Lakoff y Johnson han señalado que las figuras de lenguaje establecen el ámbito cognitivo en el que aprehendemos lo real, lo cual tiene consecuencias pragmáticas de enorme alcance. Subrayan por ejemplo que cuando decimos “me subieron de puesto” estamos aplicando una categoría física a una jerarquía social (“subieron” sería una metáfora) o cuando decimos “el senado aprobó una ley”, la metonimia hace que un conjunto de personas se perciba como un conjunto personificado; y en las sinédoques como “dos manos son mejores que una” se reafirma el consenso existente sobre la focalización de una parte del cuerpo a partir de su función operativa. Las figuras serían así instrumentos cognitivos, que estarían en el conjunto de nuestras expresiones cotidianas incluso donde no las imaginamos, recordando también la postura de Nietzsche que decía que de hecho no existen sentidos literales, sólo transposiciones metafóricas en todos nuestros sistemas de conceptos.

La teoría de las figuras desarrollada en las últimas décadas, con la cual se ha puesto de relieve nuevamente el amplio alcance de los temas de la retórica, se ha desplegado por supuesto también a otros lenguajes, pues donde quiera que existe una sustancia expresiva y una intención comunicativa hay una invención y una elocución. Esto ha sucedido particularmente en el campo del diseño, esfera donde la producción de objetos e imágenes se ha vuelto una disciplina propiamente dicha en la que la comprensión de los recorridos interpretativos que motivan los elementos plásticos y formales es también relevante. Categorizándolas por su relevancia y por su potencialidad en la comunicación general, Richard Buchanan, uno de los teóricos más importantes del diseño, señala que existen cuatro tropos o figuras de pensamiento que hacen sistema y cuya comprensión forma una base importante para la pedagogía del diseño: ellas son la ironía, la metáfora, la sinédoque y la metonimia. En un sentido similar, Román Esqueda, en *El juego del diseño*, sostiene que con tres de esas figuras se forman en la mente todas las imágenes de identidad (logotipos) mostrando así la consistencia de esta teoría.

Lo más relevante en la apreciación de la retórica visual es no obstante entender que las figuras por sí mismas no producen un resultado adecuado sino que, conforme al modelo de la retórica, éste depende de la intelección del problema,

de la selección de los tópicos y de la comprensión de la audiencia. A menudo todo ello requiere un análisis cuidadoso, pues la comunicación efectiva se establece sobre la base de hallar cuáles son los argumentos cualitativamente más calificados ante los usuarios para a partir de ahí trabajar con los dispositivos de la expresión. Dado que las comunidades comparten conocimientos comunes, los diseñadores recurren a estos lugares de la opinión para focalizarse en aquellos que resultan propicios para construir los enunciados visuales. La retórica habla así de que el argumento persuasivo es aquel que establece un ethos (una personalidad clara) un logos (contiene un argumento propicio) y a un pathos (se formula también respecto a las emociones).

Veamos un ejemplo. En diseño el siguiente logotipo para una editorial, según lo explica André Staalrski, su autor, se partió de analizar los diferentes emblemas que existían en el mercado, a modo de comprender cuál es el universo ante el cual es preciso establecer una diferencia, después se ubica una tónica, los diferentes enunciados visuales que pueden representar “casa” y “lectura” (eligiendo aquí los signos de puntuación) para después elaborar una síntesis que fuera competitiva ante las otras casas. Tenemos así una secuencia que termina en una doble sinécdoque visual (un tipo de composición arquitectónica por “casa” y el signo “coma” por “lectura”. La secuencia muestra este trabajo de forma bastante clara:



Y así mismo vemos en la práctica del diseño una serie de enunciados que logran focalizar un argumento ante los usuarios mediante un recorrido similar: establecer el contexto, analizar los tópicos, hallar el argumento adecuado y expresarlo mediante las figuras propicias, como estos anuncios, que utilizan, respectivamente la sinécdoque (la red por el mercado) una metonimia (el Karate por su efecto sobre las mesas) y la metáfora (el casco por su comparación con el vientre de una mujer embarazada para enfatizar la idea de “protección”). Son los anuncios de una marca de pastas, una escuela de artes marciales y una compañía fabricante de cascos.



*Alejandro Tapia es profesor de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, en la Ciudad de México

Referencias

- Buchanan, Richard, apuntes del seminario “El diseño y la filosofía de la cultura” impartido en la UAM-Xochimilco en octubre de 2007.
- Esqueda Román, *El juego del diseño*, Encuadre/Designio, México, 2000
- Grupo μ , *Retórica General*, Paidós, Barcelona, 1987.
- Lakoff, Georges y Johnson Mark, *Metáforas de la vida cotidiana*, Madrid, Cátedra, 2001.

- Perelman Chaim y L. Olbrechts –Tyteca, *La Nueva retórica*. Trad. Marie- Claire Fischer, México, Colofón, 1995, (Biblioteca Jurídica; Textos Vivos, Núm. 16).
- Ricoeur, Paul, *La metáfora viva*, Trotta, Madrid, 2001.

Presentación de caso de la empresa dedicada al servicio de atención prehospitalaria de emergencias, de nombre Medlink S.A de C.V. de la ciudad de México

Diseñada por OutLine

Gestión estratégica

Estudio interno de imagen

Mtro. Abelardo Rodríguez G.

Catedrático invitado

Universidad Iberoamericana, México

- I. Estructura metodológica del proceso
- II. Estructura de fundamentación
- III. Gestión estratégica
- IV. Propuestas icónicas
- V. Aplicaciones

La actividad del diseño gráfico ha tenido en estos años un fuerte giro en sus saberes y haceres profesionales, hoy las empresas están esperando del diseño gráfico conocimientos de mercadotecnia, gestión, semiótica y estrategias de comunicación empresarial, estoy seguro que muchos de nosotros que nos dedicamos a la actividad del diseño gráfico jamás imaginamos que las empresas que nos contratan nos demandarían tales conocimientos.

Este giro en nuestra actividad profesional, es cada día más demandado por las empresas en México.

Para confirmar esta aseveración dentro de Outline la empresa de diseño en donde participo profesionalmente desde hace más de ocho años, expodré un ejemplo de actividades desarrolladas para una empresa de atención pre-hospitalaria de emergencias, de nombre Medlink S.A de C.V. de la ciudad de México.

La vimos nacer desde sus inicios. Cuando arrancó este proyecto se nos contrató y pidió hacer un estudio de mercado con el objetivo de pulsar el potencial target para así ofrecer sus servicios profesionales.

Otra acción fue hacer un estudio de viabilidad financiera en relación con el mercado, con el fin de detectar el tamaño de infraestructura que requería la empresa y con esto ofrecer al mercado meta el mejor servicio de atención prehospitalaria de emergencias en la ciudad de México.

Hechos los estudios, se elaboró la estrategia de acciones para conformar la empresa.

- a. Nombre, Metlink.
- b. Trámites legales.
- c. Contratación de personal.
- d. Espacio físico, en donde se iba ha establecer la empresa y mobiliario.
- e. A la par con estas actividades, se propuso la imagen ideográfica y logotípica.
- f. Construcción de su Misión, Visión y Objetivos.
- g. Campaña promocional y publicitaria

El siguiente paso fue la estrategia de imagen, promoción, ventas y posicionamiento de la empresa al mercado meta.

Hasta el día de hoy seguimos asesorando a Medlink, dándole seguimiento a necesidades, estrategias de venta y promoción, actualización de campañas de ventas, publicidad e imagen.

La actividad del diseñador gráfico hace algunos años se hubiera limitado en la generación y propuesta de imagen corporativa, aplicaciones y manual corporativa.

Es evidente que las empresas de hoy, por razones lógicas, están demandando que el diseñador sea realmente un asesor de imagen institucional y no simplemente un hacedor de imágenes posicionadoras o identificadoras de una empresa o producto en el mercado.

Los contratadores están exigiendo de los diseñadores gráficos una mayor incidencia en la toma de decisiones de las empresas. Este fenómeno por demás extraordinario, obliga a todas las universidades que forman a estudiantes de diseño gráfico a prepararlos académicamente en actividades y conocimientos, que tradicionalmente no se ofrecen en sus contenidos y planes de estudio. El día de hoy hablar de hermenéutica, semiótica, mercadotecnia y gestión en nuestra actividad profesional, es cada vez más común y recurrente en el hacer del diseño gráfico. Hablar de sinécdoques, metonimias y metáforas ya no es algo ajeno a las empresas que se dedican al diseño de la comunicación visual en México.

Ya no podemos evitar el hecho de que constantemente estos conocimientos, sean parte de los saberes de todo profesional del diseño gráfico de nuestros días.

A Medlink se les propuso un mapa de estrategias y se les diseñó lo siguiente.

Este mapa sintetiza de forma muy general, el diseño de estrategias que se propuso. Se elaboró un plan estratégico de acciones que le permitirían programar acciones a corto, mediano y largo plazo.

Se explicó a la empresa la importancia de la Misión y sus repercusiones positivas. De igual manera se expuso el papel y trascendencia de tener una Visión prospectiva en la empresa.

Otro punto de acciones fue el construir lo que somos, en dónde estamos, lo que queremos ser y dónde queremos estar.

Otras acciones fueron;

Objetivos generales: Conocer los factores de índole estratégicos, tácticos y operativos, elementos básicos de análisis, conocer las técnicas y desarrollar las habilidades para transformar el concepto de diseño de producto.

Objetivos específicos: Entender y manejar los conceptos de PLANEACIÓN, de ESTRATEGIA y de GESTIÓN (hacer que las cosas sucedan).

Estrategia: Búsqueda deliberada de un plan de acción que desarrollará una VENTAJA COMPETITIVA de un individuo, organización o empresa, sobre otro u otra del mismo género o de carácter similar.

Planeación:

Planear

Crear un esquema para realizar algo.

VS

Improvisar

Reaccionar de cualquier modo ante un evento.

Características de la planeación

Implicaciones futuras de decisiones presentes.

Prueba de acciones alternativas en relación con eventos por venir.

Selección de acciones alternativas.

De los cuatro conceptos:

Qué queremos ser.

Dónde queremos estar.

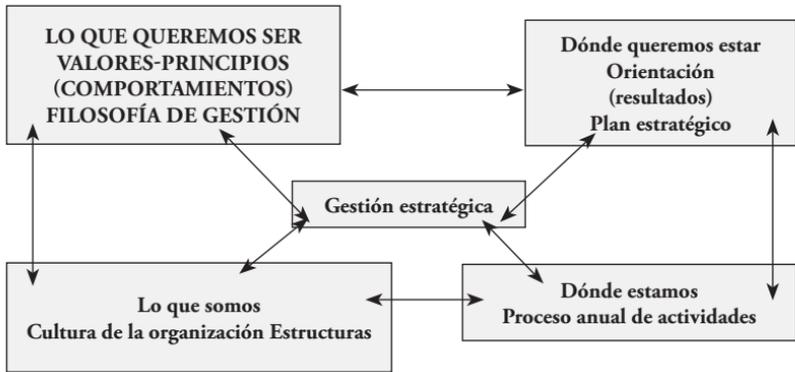
Lo que somos.

Dónde estamos.

Se construyó un documento basado en cruzar toda la información obtenida.

Lo que arrojó el cruzado de toda la información, nos permitió desarrollar un plan de gestión estratégica para la empresa a corto, mediano y largo plazo.

La estrategia fue la siguiente:



Se hizo un análisis de factores externos

El sentido de la oportunidad

Identificar oportunidades donde los otros solamente ven amenazas.

Analizar tendencias propias, de la competencia y del mercado.

Identificar necesidades latentes de los clientes.

Lanzar nuevos productos y servicios.

Estar conectado y en sintonía con el mundo.

Identificación y desarrollo de ventajas competitivas

Reconocimiento de nuestras habilidades.

Lo que somos.

Lo que hacemos mejor que la competencia.

Conocimiento de la competencia. Conocimiento del cliente.

¿Qué podemos ofrecer de VALOR para nuestros clientes, que no esté siendo ofrecido por nuestra competencia?

En lo icónico-formal se elaboró una propuesta ideográfica, esquematizada en alta abstracción, repetición y gradación.

Una de las condiciones para que la imagen ideográfica fuera en radiación, con el fin de construir en fondo figura la estrella de la vida, símbolo internacional de los paramédicos, que la empresa Medlink condicionó para que apareciera en la imagen final.

Es muy probable que el usuario no sepa el significado del símbolo, sin embargo la empresa quería que de alguna manera los expertos en la materia, la identificaran de forma indirecta o en alusión.

La estrella de la vida original, alude a un hexágono con bloques rectangulares en repetición, superposición y gradación, el centro de la estrella contiene calado en blanco una variante del símbolo de la medicina.

Esta imagen representa internacionalmente a todos los paramédicos.

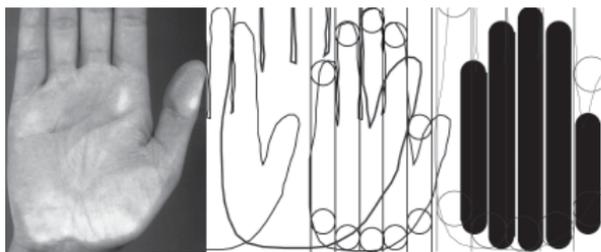
¿Por qué una mano?

En México cuando pedimos ayuda o damos ayuda, se dice dame una mano, te doy una manita, échame una mano. Estas metáforas nos ayudaron a definir que la imagen isotópica MANO tenía que representar icónicamente a la empresa.

Es un ideográfico en alta abstracción esquematizada de una mano en repetición y radiación, expresando diferentes ayudas, unidas bajo un mismo principio, el de profesionalismo y unidad organizacional.

Medlink quiere ser una mano amiga, que ayuda en esos momentos difíciles de emergencia médica. A través de la imagen de la mano Medlink, se busca connotar al preceptor los preceptos de afabilidad, amistad y trato humanitario tanto al paciente como a parientes que están en esos momentos de emergencia médica.

Una promesa de Medlink es ofrecerle al usuario, confianza y tranquilidad.



Con la imagen isotópica de una MANO, nos basamos en una mano real en baja abstracción, posteriormente desarrollamos una media abstracción, hasta llegar a una alta abstracción geometrizada y esquematizada, estructurada en sección áurea.

Posteriormente se construyó el ideograma en radiación, repetición y gradación.

Expresando en fondo figura una estrella.



El diseño de la tipografía del nombre fue rediseñado en altas, en unión, superposición y sustracción, el mensaje comprometido es confianza, seriedad y seguridad.



Se diseñaron todas las aplicaciones, y medios promocionales; sólo expondré los más significativos y representativos de todo el proyecto, ya que sería difícil exponer toda la gama de aplicaciones y promocionales realizados.

Diseño de gafetes y papel membretado

Se manejó la imagen institucional en la parte superior de la hoja carta con un sello de agua del ideograma y en la parte inferior izquierda los datos generales de la empresa.



En el diseño exterior de las ambulancias, se tomó la decisión de proponer la imagen de una mujer joven, bella, con un atuendo que denotara una profesional de la salud.

Con la **diadema** denota un **call center** que ofrece al paciente un servicio de atención personalizada por parte de paramédicos y médicos, garantizando la seguridad y estabilidad del paciente en el momento de emergencia. Estos eventos demandan la atención de profesionales de la medicina, paramédicos, médicos y hospitales con un sistema directo de comunicación, entre ellos.

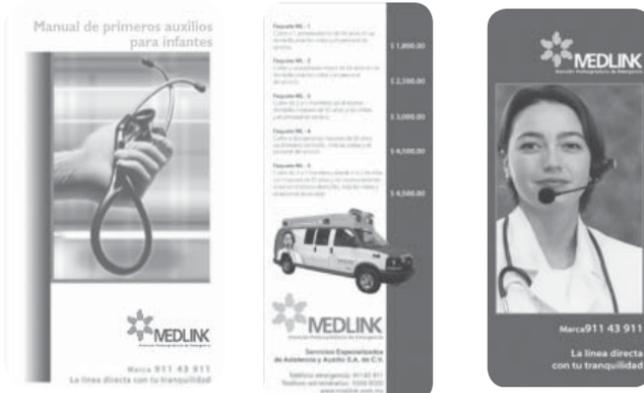
La isotopía del **estetoscopio** y la **bata blanca**, están con el fin de que el target decodifique el sinécdoque conceptual materializado, objeto por usuario, medicina-médico. El **escudo de Medlink** en el brazo derecho de la doctora para posicionar a la empresa con el mercado en general. El concepto **Marca 911 43911** se propone como un elemento reiterador que a través del programa de televisión 911, el target seleccionado identifica como sinónimo de emergencia, rapidez, eficiencia y profesionalismo.

Una de las estrategias de venta y promoción, fue dirigida hacia la familia en general, con una inclinación hacia la mujer. Históricamente en México la mujer tiene una cultura muy arraigada de prevención de salud, sólidamente instituida en la familia, fuertemente superior por sobre el o los varones de la familia. Esto nos permitió una serie de acciones publicitarias y promocionales con el fin de persuadir a la mujer de los beneficios y atributos de los servicios

que ofrece la empresa y así ser ella el detonador de compra del producto y servicios ofrecidos por Medlink.

Los manuales de primeros auxilios para infantes, adultos mayores y en general para toda la familia, son parte de varios cursos integradores que proponen al usuario un producto generador de una nueva cultura de prevención, seguridad y salud dentro del hogar.

La selección de los sinécdoque estetoscopio y mano protegida con un guante de látex, buscan expresar al perceptor toda una atmósfera de información generada por expertos profesionales de la medicina preventiva y contemporánea.



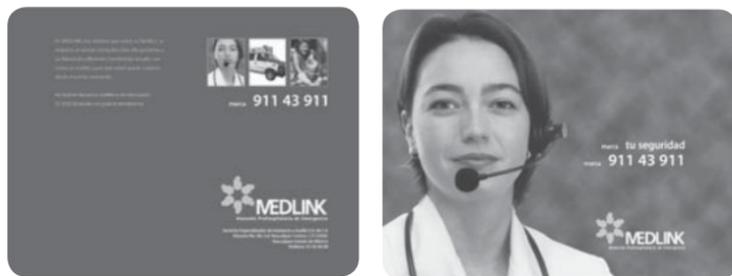
Carteles promocionales

La estrategia propuesta es la de persuadir el detonador de comprar y regalar el servicio a los seres más frágiles y susceptibles de la familia y así prever potencialmente una emergencia. Se generó toda una campaña de persuasión de proteger a los niños, adultos mayores y a toda la familia en general.

Los topois seleccionados para la campaña fueron niños, adultos mayores y padres jóvenes.

Folletos promocionales y pagina electrónica

Estos folletos se diseñaron con el propósito de persuadir al mercado de los beneficios y servicios que ofrece la empresa.



Este trabajo ha sido una gran experiencia para todos nosotros, nos permitió en su momento amalgamar un gran grupo de trabajo interdisciplinario, integrado por mercadólogos, financieros, médicos y paramédicos, todo ellos con una enorme actitud de participación, compromiso y profesionalismo.

Son de estos proyectos de diseño que por su magnitud e importancia, los que todo diseñador soñaría hacer en algún momento de su vida profesional.

Lo más importante de este proyecto fue el hecho de trabajar desde el nacimiento de la empresa, ser actor en tomas de decisiones para diferentes estrategias de mercadotecnia y comunicación visual.

Es necesario reflexionar que afortunadamente el diseño gráfico cada día tiene mayor participación en este tipo de proyectos, esto demanda del diseñador gráfico, una mejor y mayor formación teórico metodológica. Ser diseñador gráfico actualmente significa, ser un profesional de la comunicación visual con mayores conocimientos de los fenómenos hermenéuticos y comunicacionales. El diseño gráfico demanda cada vez más, una actitud interdisciplinaria, en todos los procesos de gestión, estrategia, comunicación y mercadotecnia.

Estamos seguros que en poco tiempo, veremos a más diseñadores con este perfil profesional que nuestra sociedad está exigiendo cada vez con mayor frecuencia.

Actualmente muchas empresas de diferentes sectores tanto sociales como empresariales, están esperando de nuestro quehacer profesional los servicios de asesoría de gestión, mercadotecnia, diseño y publicidad.

Esto es un verdadero compromiso para todos los que nos dedicamos a la comunicación visual, debemos tomarlo y afrontarlo con toda la seriedad y compromiso que demanda el momento histórico de nuestra profesión.

Tenemos que hacer de este oficio una actividad más profesional y comprometida con nuestra sociedad, alejarnos cada vez más de la actividad tradicional en la cual la sociedad nos había ubicado desde nuestro nacimiento. Todos los que estudiamos y nos dedicamos a esta actividad del diseño gráfico, históricamente se nos ha ubicado como subprofesionistas o semiartesanos. Hoy la historia y los tiempos modernos nos dan la oportunidad de modificar las estructuras de pensamiento y trabajo de nuestra profesión, ubicándola en el lugar que desde sus inicios debía estar al servicio de las necesidades de comunicación visual que demanda nuestra sociedad.

El reto es inminente y sabemos todos que tenemos que confrontarlo, para dar las soluciones que todos queremos de nuestra profesión, no podemos evadir esta responsabilidad tanto en nuestras aulas universitarias como en nuestra actividad profesional cotidiana.

La solución está en nuestras manos, es el momento de encaminar y dirigir los nuevos rumbos que demanda nuestra disciplina del diseño gráfico, haciendo de ella lo que todos hemos soñado.

Bibliografía

- Arnheim Rudolf. *Arte y percepción visual*. Editorial Alianza, Madrid, 1985.
- *El pensamiento visual*. Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1985, Cuarta Edición.
- Aumont Jacques. *La imagen*. Editorial Paidós, Barcelona, España, 1992.

- Barthes Roland. *La aventura semiológica*. Editorial Planeta-Agostini, España, 1994.
- Eco Umberto. *Signo*. Editorial Labor, S.A. Barcelona, 1988.
- Guiraud Pierre. *La semiología*. Editorial Siglo XXI, México, 1993.
- Morris Charles, *Fundamentos de la teoría de los signos*. Editorial Paidós, Barcelona, 1986.
- Prieto Francisco. *Cultura y comunicación*. Editorial Pemiá. La red de Jonás 1985.
- Sherlock Holmes y Charles S. Peirce. *El método de la investigación*. Thomas A. Sebeok y Jean Umiker-Sebeok. Paidós comunicación, Barcelona, Buenos Aires, México 1994.
- Thomas A. Sebeok. *Signos: una introducción a la semiótica*. Paidós comunicación. Barcelona, Buenos Aires, México, 1996.
- Varios autores. *Retórica General*. Ediciones Paidós, Paidós comunicación, Barcelona, 1987.

La educación del diseño en la era digital

Mtro. Jorge J. Meza Aguilar
Director del Departamento de Diseño
Universidad Iberoamericana Ciudad de México

Resumen

En nuestro Departamento de Diseño creemos que el diseño es un factor de desarrollo social importante. Los estudiantes, durante su formación universitaria, deben comprender la relevancia de su quehacer profesional en el desarrollo sustentable del país; es imprescindible ampliar sus perspectivas para visualizar otras alternativas de proceder que les permitan, como diseñadores, participar activamente en la construcción de un México más justo.

A través de la materia de Diseño Integral, los alumnos han reconocido que las tecnologías de la información y la comunicación no garantizan la mejora de la calidad de vida de las personas. La participación en la llamada: “Microsoft Research Design Expo” ha representado una gran oportunidad para que nuestros alumnos se sitúen y asuman desde la compleja realidad de nuestro país, inmersos en una sociedad de grandes contrastes económicos, parte de un mundo globalizado, donde necesitan atender las problemáticas más urgentes con creatividad e innovación.

Palabras clave: diseño, educación, innovación, nuevas tecnologías.

Abstract

At our Design Department we believe design is an important factor of social development. Students must comprehend the relevance of design's profession

in the sustainable development of the country, during their four years of bachelor's education; it is necessary to broaden their perspectives in order to visualize new and alternative forms of work that will allow them, as professional designers, to participate actively in the construction of a fairer Mexico.

Through the Integral Design course our students have realized that information and communication technologies do not warrantee to improve the standard of living of people. The participation at Microsoft Research Design Expo is a great opportunity for our students to locate and understand themselves in the reality of a country of enormous context complexity, immerse in a society of great economic contrasts part of a globalize world, where they need to solve urgent necessities with creativity and innovation.

Keywords: design, education, innovation, new technologies.

Antecedentes

Los cambios sociales generados a partir de la aparición de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación¹, aunados al efecto de la globalización económica, han desencadenado una serie de transformaciones culturales, a nivel local y global.

Los efectos de la cultura industrial (sustentada en la efectiva producción masiva de objetos) y la post-industrial (basada en el almacenamiento de información, la producción de contenidos y la generación de conocimiento) se han integrado en un nuevo paradigma para el quehacer del diseño.

Cualquier proceso de diseño conlleva una reflexión tanto de los modos de producción, como de las relaciones humanas generadas por las tecnologías del momento. Históricamente los distintos "*objetos de diseño*" hacen visibles los modelos de producción de sus tiempos y sociedades, sin embargo es nuestra responsabilidad como diseñadores prospectar también sus posibles consecuencias en la vida cotidiana, en el corto y largo plazo.

1 Castells, Manuel. "La era de la información" *Economía, Sociedad y Cultura. Fin de Milenio*. Vol. III. México: Siglo XXI Editores, S.A. de C.V. 2001.

El mundo experimenta una constante evolución, ahora ya no es una textura de átomos sino también de “bits”, como lo planteara Nicholas Negroponte a finales del siglo pasado en su libro: *Ser digital*.² Hoy no sólo interactuamos con nuestro entorno, también con la “interfaz” de éste.

Así la cultura digital está dictando nuevas bases en la relación del ser humano con su entorno, y el diseño está proporcionando los medios y objetos para la interpretación de ésta.

Posiblemente la “interfaz” del siglo XXI se diseñó desde 1945 cuando Vannevar Bush, un científico del ejército estadounidense, publicó un artículo llamado: *As we may think*,³ en el que proponía el desarrollo de una computadora analógica en forma de escritorio llamada *mémex* que funcionaba por medio de pantallas traslúcidas, y que permitía a los usuarios interactuar con varios documentos a la vez.

La primera computadora digital se construyó en 1946 en la Universidad de Pennsylvania. El llamado *ENIAC* (Computador e Integrador Numérico Electrónico por sus siglas) ocupaba el espacio de toda una planta de un edificio. Más tarde en 1968 Douglas Engelbart, del *Stanford Research Institute*, planteó un modelo de cómputo basado en una serie de mapas de bits, con ventanas de visualización de datos y la manipulación directa de la información a través de lo que hoy conocemos como *el mouse* o ratón.

En la década de los noventas, con el surgimiento de la Internet, el uso primario de las computadoras cambió, ya no sólo serviría como un procesador matemático y de edición de texto, sino que se convertiría en un medio de consulta de información y comunicación esencial, a través del cual se podría interactuar con otros usuarios para investigar, trabajar, platicar, comprar o estudiar en una red virtual internacional, sin censura, tiempo o restricciones gubernamentales.

2 Negroponte, Nicholas. *Ser digital*. México: Océano, 1996.

3 Vannevar Bush. *As we may think*. Consulta en línea en: <http://www.theatlantic.com/doc/194507/bush>.

La globalización, las nuevas tecnologías y el diseño

Armand Mattelart afirma que: “la globalización consiste, en primer lugar, en un modelo de gestión de la empresa que, como respuesta a la creciente complejidad del entorno competitivo, lleva a cabo la creación y fomento de competencias a escala mundial, con el fin de maximizar sus beneficios y consolidar sus cuotas de mercado”⁴.

Desde otra óptica, el Fondo Monetario Internacional (FMI) sostiene que la “globalización”⁵ es un proceso histórico, resultado de la innovación humana y del progreso tecnológico, el cual implica la integración de las economías de todo el mundo a través del comercio y los flujos financieros.

Sin duda la globalización ha impulsado la transformación digital de todos los medios de comunicación; incluyendo a la Internet y por supuesto a través de ésta, ha generado nuevas oportunidades para la interacción comercial, social, cultural y visual de millones de usuarios.

El mundo de hoy está experimentando una de las revoluciones tecnológicas más importantes y sensibles para la humanidad, sin embargo ciertos sectores sociales no han obtenido de las nuevas tecnologías mejoras sustanciales en sus condiciones de vida.

Desgraciadamente la mayoría de las microempresas todavía fundamentan su competitividad en una estrategia centrada en bajos costos de operación, sin considerar los beneficios que el diseño o las nuevas tecnologías les pueden traer. México, hoy al igual que decenas de países de la región, enfrenta la urgente necesidad de ser más eficiente y transformarse.

Muchas pequeñas y medianas empresas todavía no se conectan a la Internet y, por ende, no han explotado al máximo los beneficios de ésta. En 2008,

4 Armand Mattelart. *La mundialización de la comunicación*. p.82

5 Fondo Monetario Internacional. Consulta en línea en: <http://www.imf.org/external/np/extra/ib/2000/esl/041200s.htm#IX>

en México, alrededor de un 86% de las *MiPyME*'s aún no contaban con un dominio de Internet⁶.

El crecimiento de Internet en México ha ido en un constante y acelerado ascenso, según la Asociación Mexicana de Internet⁷ (AMIPCI) actualmente hay alrededor de 23.7 millones de usuarios de Internet, y en 2007 la base total de computadoras fue de 14.8 millones, de las cuales sólo el 59% tiene conexión a Internet.

Se puede suponer que las *MiPyME*'s que no conciben al diseño, a la Internet y a las *TIC*'s (tecnologías de la información y la comunicación) como herramientas básicas, necesarias y potenciales para mejorar la competitividad, estarán perdiendo oportunidades de negocio valiosas a nivel internacional.

Hoy en las universidades se debe proponer y promover a las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas, el uso innovador y estratégico de las tecnologías de la información y el diseño.

La visión tecnológica de los planes de estudio 2004 del Departamento de Diseño de la UIA, Ciudad de México

Según la visión del plan de estudios 2004, la tecnología es sin duda un factor decisivo e indispensable para el diseño; los estudiantes deben contar con conocimientos adecuados y actualizados en esta área durante todo el proceso del desarrollo de un proyecto. Un diseñador debe conocer ampliamente las tecnologías digitales empleadas en la conformación y producción de comunicaciones, objetos y servicios, tanto físicos como virtuales, además de dominar el software especializado de su área.

Las tecnologías de la información y la comunicación actuales permiten a los diseñadores dar respuestas diversas en tiempo real, llevando a cabo modifi-

6 El 80% de las *MiPyMES* carecen de dominio en Internet. Fuente: Notimex | El Economista | El Informador. Fecha: jueves, 24 de julio de 2008.

7 Fuente: <http://www.amipci.org.mx/temp/pdf-0315967001193426740OB.pdf>

caciones a sus propuestas en tiempos mínimos y a un costo menor. Hoy las empresas demandan que los proyectos de diseño sean eficaces y eficientes.

La materia de Diseño Integral

En un entorno donde el énfasis de las distintas organizaciones está puesto precisamente en la información y la generación de conocimiento, el rol de un diseñador consiste en saber reconocer y abordar las problemáticas que puedan ser resueltas a través de su ejercicio profesional; en conocer no sólo su ámbito local sino su entorno global; en estar atento a los diferentes usuarios y, lo más importante, en estructurar estrategias de diseño que den solución a los distintos problemas sociales y económicos de nuestro país.

Para lograr que los diseñadores egresados de la UIA participen en la identificación y posible solución de los problemas actuales de México, en la materia de diseño integral (cuarto año de la licenciatura) se busca que los alumnos de diseño industrial e interactivo, trabajen en conjunto y demuestren una serie de competencias profesionales, planeen procesos, comuniquen resultados y propongan soluciones creativas y competitivas.

Esta materia, ubicada en la Dimensión de Formación Profesional del currículum, proporciona al alumno elementos para poner en práctica todos los conocimientos y habilidades profesionales adquiridos en los cuatro años de su formación, así como la posibilidad de desarrollar visiones prospectivas y habilidades de comunicación e innovación.

En este curso se busca que los alumnos sean capaces de analizar el contexto social, económico, político y cultural de nuestro país para proponer, generar e implementar estrategias de diseño y tecnología, novedosas y pertinentes.

Las temáticas que se abordan son:

1. El diseño responsable.
2. El diseño ante los temas prioritarios de México.
3. El diseño ante la problemática de la integración social, la globalización, las TIC's y la sustentabilidad.

4. Ética, nuevas tecnologías y diseño.
5. El diseño como uno de los factores en la conformación de la cultura.
6. Dirección de proyectos de diseño interdisciplinarios.
7. Gestión de proyectos multimedia.
8. Mercado y producto.
9. Metodología de trabajo. Presupuestos y plazos de proyecto.
10. El trabajo en equipo.
11. Técnicas de evaluación de proyectos.
12. El diseño centrado en el usuario.

Una experiencia académica: Microsoft Research Design Expo

En primavera de 2007 el Departamento de Diseño de la Universidad Iberoamericana fue invitado a participar en el Microsoft Research Design Expo, un foro internacional donde estudiantes de diseño de nueve de las universidades de diseño más reconocidas a nivel mundial presentaron a finales de julio de ese año, proyectos que buscaban solucionar problemáticas locales, utilizando a la educación y a la tecnología como ejes principales.

En este proyecto colaboraron 15 alumnos del último semestre de diseño industrial e interactivo. Fue un grupo interdisciplinario de excelencia académica de la UIA Ciudad de México. Se desarrollaron diferentes productos y aplicaciones interactivas con las siguientes temáticas: estrés en los jóvenes, redes sociales para el medio ambiente del DF, educación vial y tráfico, problemas alimenticios infantiles y educación técnica.

Los alumnos seleccionados para representar a México y a la Universidad Iberoamericana abordaron el tema de la obesidad infantil, ya que México es hoy el segundo país con mayores índices de sobrepeso a nivel mundial. Así, un equipo de dos estudiantes de diseño industrial y dos de diseño interactivo desarrollaron Foodmates, un sistema revolucionario formado por tres componentes que ayudan a niños, entre 6 y 9 años, a aprender la importancia de balancear la comida con el ejercicio, para evitar problemas de sobrepeso.

La finalidad del sistema Foodmates es generar una relación armoniosa entre los hábitos alimenticios de los niños y la educación que los padres les brindan en

casa. Esto se logra por medio de un juguete interactivo (una pulsera que mide las calorías y el ejercicio realizado por el niño), un videojuego (por medio del cual se aprenden los diferentes grupos alimenticios) y una aplicación digital para los padres (donde se puede monitorear los hábitos de alimentación y el ejercicio de sus hijos).

El proyecto realizado fue reconocido como la propuesta más dinámica del foro, además de la mejor presentación.

Reflexiones finales

En las últimos dos décadas el campo de acción del diseño ha experimentado una serie de transformaciones radicales debido a la globalización, el uso de las nuevas tecnologías y la redefinición de su rol en el engranaje económico nacional, regional e internacional. Hoy existe la necesidad de formar diseñadores que reconozcan y dominen los procesos empresariales, el análisis de la realidad y los actuales entornos digitales.

Es imprescindible que las empresas mexicanas y latinoamericanas se apropien de los beneficios que el diseño y las TIC's les puedan traer en el análisis, el desarrollo, la implementación y la comunicación de soluciones e ideas prospectivas sobre nuevos conceptos (de productos, servicios, entornos, mensajes o sistemas), necesarios para competir eficazmente en las economías locales y globales.

El diseño se concibe hoy como una: “actividad intelectual, técnica y creativa involucrada no solamente con la producción de objetos o imágenes.”⁸. Un proceso de diseño conlleva numerosas fases de investigación cuantitativa y cualitativa, análisis, visualización, prospección y evaluación previas a la posible concepción de un producto o servicio (material o digital).

Los diseñadores pueden apoyar a las empresas mexicanas en la identificación de los deseos, preferencias y actitudes de compra de sus consumidores, así

8 *El Papel del Diseñador Gráfico*. Consulta en línea en: <http://www.iEcograda.org/web/about-es/about.shtml>

como en la definición de los aspectos a partir de los cuales se deben especificar las características formales, emocionales o tecnológicas, de los productos o servicios que van a comercializar.

Hoy “las nuevas tecnologías, la globalización y las ideologías dominantes influyen a través del diseño en los productos que el mercado está dispuesto a aceptar, en la estructura de las nuevas empresas y, por ende, en la sociedad que entre todos estamos construyendo”.⁹

Así el diseñador mexicano del siglo XXI deberá ser capaz de desarrollar sus potencialidades creativas para construir una sociedad del conocimiento más justa; sensibilizarse ante las necesidades de nuestro país y proponer estrategias, objetos y procesos de comunicación inéditos, partiendo de una escala de valores más humanos y de respeto a las costumbres y culturas nacionales, en un entorno global. Esto implica generar productos, bienes y servicios significativos para toda la población, a través de un uso efectivo de las nuevas tecnologías.

De esta manera los egresados de diseño de la Universidad Iberoamericana podrán contribuir a hacer visible el país que todos queremos, a través de la atención a las demandas de la sociedad, rescatando nuestros valores y generando respuestas respetuosas del entorno, previendo y propiciando los avances tecnológicos e interviniendo en las diversas fases del desarrollo de proyectos que le permitan proponer, desarrollar y mejorar los mecanismos de relación entre los sectores productivos, los sectores sociales y la economía global.

9 *El futuro del diseño industrial*. Consulta en línea: http://www.microsoft.com/spain/empresas/tecnologia/futuro_industrial.msp

Objetos únicos, hechos a la medida...

El diseño desde una visión antropológica

MDI Ovidio Morales

Decano Facultad de Arquitectura y Diseño URL

Actualmente el diseño es un factor diferencial de los productos y es un componente intangible que se compra en los objetos que adquirimos. El presente ensayo, recoge algunas citas y genera reflexión alrededor de las mismas. Se centra en el tema de los objetos únicos como elementos que pueden satisfacer de forma directa a nuestro cliente. El ensayo pasa por la antropología del diseño como el inicio de la secuencia de ideas, pasa por el diseño industrial, el producto artesanal y la relación forma y función como preámbulo para llegar a la reflexión final, el título del mismo.

Prácticamente desde el inicio de la humanidad ha estado presente el diseño. Se utilizaron herramientas y utensilios que fueron transformando la especie de nómadas a sedentarios, en un abrir y cerrar de ojos nos llevó a la revolución industrial con la máquina de vapor, y ahora nos trae hasta una época en la que aunque los productos pueden ser fabricados de forma artesanal o industrial, deben satisfacer directamente al cliente, poseer objetos que lo hagan diferentes de los demás.

La antropología del diseño investiga los usos y las ideas sobre los objetos, y cómo los objetos configuran la vida material (cultura). Su finalidad es explorar lo que vincula lo humano con el objeto. Lo que guía la creación de las cosas, sus usos y el lugar que ocupan en la memoria de la comunidad. (23)

El Diseño (Industrial) es una profesión creativa y proyectiva. Su objetivo principal es establecer las múltiples cualidades y atributos de los objetos, procesos, servicios y sus sistemas en todo su ciclo de vida, satisfaciendo necesidades de un grupo humano, mejorando su forma de vida; es el factor central de la humanización innovadora de las tecnologías y el factor crucial del intercambio económico y cultural.¹

La primera reflexión es esa relación que tiene la profesión del diseño, la antropología y el producto: El profesional se preocupa del crecimiento en su saber especializado y la comprensión de la forma de vida y proyectos de la gente para la que diseña, reconoce la diversidad, la identidad de las personas (31), de donde se deduce que el diseñador conoce (... o debe conocer) el vínculo del objeto con el usuario², plantea respuestas a carencias o necesidades³ y luego las ejecuta como proyecto.

Ahora bien, sobre esa “necesidad” que ahora encontramos entre comillas, es de donde se parte para la segunda reflexión. Prácticamente hemos construido una serie de necesidades gracias a nuestra “evolución” como especie. El vestuario, habitación, transporte, y otras necesidades que históricamente no eran de carácter prioritario, lo son en la actualidad. No podemos visualizar un día de trabajo sin nuestro auto, sin un celular... aportes obviamente de la tecnología.

Esas necesidades de nuevos y evolucionados productos, han orientado al consumidor a adquirir “diseño”, básicamente para diferenciarse de los demás. Esta tendencia ha orientado al consumidor a priorizar el “tener” más que el “ser”, y es por eso que tener algo que nos diferencie de los demás es una

1 www.ICSIC.org International council of societies of industrial design. Definition of design.

2 Los modos de calificar, definir y diseñar un objeto son restringidos por creencias y ritos, mitos y prácticas, intuiciones y conocimientos sancionados, que ejercemos desde los escenarios de cada una de las diversas comunidades a las que pertenecemos. (63)

3 La necesidad es tan solo un efecto, la causa siempre es un conocimiento, una capacidad, un modo de conducirnos frente a una situación peculiar (46), no es algo que la naturaleza impone a la humanidad, sino una categoría conceptual creada por elección cultural. Cultivamos la tecnología para satisfacer necesidades percibidas y no un conjunto de necesidades dictadas por la naturaleza. (52)

propuesta única de valor⁴ de los productos. Aquí inicia la tercera reflexión, la industria no es necesariamente la producción de grandes series para mercados masivos, cada vez es menos clara la distinción entre un proceso de producción industrial y un proceso artesanal⁵, se busca el consumidor que sepa reconocer en el objeto la “mano de obra del artesano” y “originalidad y exclusividad”. (42). Además de esa consciencia social de comprar parte de una cultura al adquirir productos artesanales. ¿Por qué? Aquí se quiere hacer énfasis en una visión personal, y es que la artesanía no es solamente un producto, es una forma de vida, y en este proyecto se ha trabajado los últimos 6 años, estructurando desde la academia un sistema de intervención del diseño en innovación artesanal.⁶

La cuarta reflexión gira en torno al carácter de los objetos, ese balance entre forma y función. No es de extrañar que existan objetos que se crean, se escogen, se utilizan y se piensan más por bellos que por cómodos, más por resistentes que por atractivos, más por las modas que por ser útiles, son objetos funcionales pero feos, feos pero resistentes, baratos pero malos, eficientes pero complicados, costosos y finos para unos, y sin importancia para otros. (59,65) Esa dimensión de “carácter de los objetos” es una gran responsabilidad del diseñador, debe verse bien pero funcionar o en el caso extremo, solamente funcionar.

Para finalizar y a manera de conclusión, la reflexión de cierre, toma en cuenta todo el preámbulo anterior para contextualizar la tendencia que vivimos y que empieza a gestarse a mediados de los años 90, el tailoring o hecho a la medida, “Personalizar los objetos”. Y ¿cómo se puede personalizar los objetos?

4 Tema de la asignatura de maestría en Diseño Industrial, ISTHMUS Panamá, impartida por DI Julián Arango. Diciembre 2006.

5 La artesanía suele ser considerada como un producto folklórico, elaborado a mano, artístico o con alta connotación cultural y realizado con materias primas locales sobre la base de habilidades tradicionales. Entre tanto un producto industrial suele caracterizarse como un producto moderno, elaborado en grandes series para el mercado masivo, con alta tecnología o maquinaria moderna, y fabricado en establecimientos con ciertas características productivas. (41)

6 <http://www2.uiah.fi/joiningforces/papers.html> publicación artículo GUATEMALAN ARTISAN DEVELOPMENT THROUGH INDUSTRIAL DESIGN, Percy Hooper, North Carolina State University, USA; Ovidio Morales, Universidad Rafael Landívar, Guatemala, para el congreso de Investigación en Diseño en Helsinki (Joining Forces, International Conference on Design Research, September 22-24, 2005. University of Art and Design, Helsinki).

El diseño se ha encargado de proporcionar accesorios, hacer series cortas, todo para darle al cliente lo que realmente necesita, diferenciarse, tener un objeto único, hecho a la medida. Y aunque no sea necesariamente con un objeto de lujo (aunque el lujo no es un problema de diseño⁷), lo que busca el consumidor actual es poder tener algo que no todos tienen o pueden tener acceso a tenerlo.

Citas realizadas del texto,
Contribuciones para una antropología del diseño
Fernando Martín Juez
Ediciones Gedisa
Barcelona, 2002

7 Munari, Bruno. *Cómo nacen los objetos*. Gustavo Pili, México, 1998.

La pasión en el diseño

D.I. Andrés del Valle Sinibaldi

Director del Departamento de Diseño Industrial - URL

Es un sentimiento que muchas veces se ha dejado para los artistas, que con sus momentos de pasión han creado obras que han trascendido en la historia del arte. En lo contrario el diseño ha recorrido una época en la cual la inspiración ha sido limitada a momentos cortos dentro de la metodología de diseño que no permitía la creatividad en el proceso.

En las últimas décadas el producto se ha convertido en un objeto personal como una joya o pieza de arte. Por ejemplo el celular, producto que comenzó siendo una simple herramienta para hablar entre una persona a otra. En el siglo XXI la telefonía móvil es un objeto conductor de información que permite mantener conectados con una o un grupo de personas por medio de facebook, twiteer, myspace, etc. que convierten a las personas dependientes de un aparato, objeto que cada vez se ha vuelto más compacto, ergonómico y funcional, con un diseño de interface que cualquier persona en el mundo puede abrir y usarlo.

Debemos entender que el consumidor ha evolucionado a una persona exigente que analiza todo aspecto al comprar un producto por pequeño que sea. ¿Quién lo diseñó? ¿Usó material reciclado? ¿Cuál es su impacto ambiental? ¿Está a la moda? Preguntas que los compradores se hacen. Son muchas características que hacen al diseñador mucho más sensible y observador dentro del entorno en que trabaja y más abierto a la percepción de un mundo sin fronteras.

Hay productos que logran expresar la pasión que el diseñador marca, como las curvas sensuales de la Silla Panton de Verner Panton, el salero y pimentero de

Alberto Mantilla que nos provoca sentimientos al verlo. Son características que los diseñadores de nuestra época tienen que dominar. La identidad cultural va muy de la mano al diseño, logrando darle un valor emotivo y local al objeto.

Los productos tienen que transmitir pasión que envuelva sentimientos cotidianos: calor, fiesta, miedo, materiales, olores y tradiciones que los consumidores se identifiquen y puedan sentirse relacionados. Ya no se trata de diseñar objetos funcionales, se trata de crear una nueva experiencia de vida, que enlace al usuario con el objeto.

Innovación en la belleza de lo simple...

D.I. Cecilia de León

Coordinadora Departamento Diseño Industrial URL

Actualmente existe una sobresaturación de publicidad, objetos, servicios, información y, sobre todo, estamos tomando como excusa, la compra de innumerables productos porque creemos que son parte de nuestras necesidades indispensables y no admitimos que es una forma de satisfacer un lujo o caprichos impuestos por las modas.

El profesor Manfred Max-Neef explica en su matriz las cuatro necesidades básicas, las cuales pueden satisfacerse de varias formas y en varios niveles. Por ejemplo, el caso de una familia que vive en el campo, se alimenta de sus cosechas y del trabajo del día a día, crecen en un lugar saludable y satisfacen sus necesidades básicas en diferentes niveles, podríamos hablar de otra familia que habita en la ciudad, donde su estilo de vida es diferente, su actividad económica depende de la tecnología y producción masiva, sin embargo sus necesidades siguen siendo las mismas. La diferencia principal, radica en el tipo de satisfactores que se utilizarán para complacer estas necesidades.

¿No es lo mismo entonces un celular “frijolito” a un iphone? ambos nos ayudan a comunicarnos con otra persona, en una forma cómoda de un emisor hacia un receptor. Sin embargo existen diferentes satisfactores para distintas necesidades, ya que si encontramos a un ejecutivo que constantemente necesita consultar su agenda y su correo electrónico, probablemente sí necesite la adquisición de un iphone; en el otro extremo, podríamos preguntarnos ¿qué sucede con una ama de casa en donde su rol y sus necesidades son completamente diferentes?, la diferencia está clara, ella probablemente necesitará un celular que cumpla con sus funciones básicas. Lo que cabe destacar ahora,

es la adquisición de estos objetos hacia un uso adecuado para las personas que realmente lo necesitan y que sepan cómo utilizarlo a través de interfases simples que, dentro de su experiencia, los objetos puedan adaptarse a ellos de una forma fácil y espontánea.

Es en este aspecto donde personajes como Steve Jobs de Apple, buscan la innovación no precisamente a través de la saturación de valores agregados a los productos ni elementos extras como parte de su funcionalidad, sino buscan la belleza en la simpleza y en interfases intuitivas a través de experiencias motivadoras que generen una satisfacción de uso, precisamente porque son simples de utilizar y manipular.

1. Ser, tener, hacer y estar

La perfecta analogía podría ser los poemas japoneses haiku, donde la simplicidad es la fuerza impulsora que los distingue, son concisos y sin ningún elemento extra, dictan un mensaje libre de interpretaciones en donde el lector puede interpretar lo que mejor le vista.

PRESENTE

No hay pasado.

Habla el presente, sin voz

No hay futuro

Existe una tendencia de la simplicidad y en hacer la vida más fácil a las personas a través de interfaces y procesos en los cuales los consumidores no se confundan, se orientan directo a la forma de utilizar los productos sin excesos o elementos innecesarios que quitan tiempo y recursos.

El diseño de Muji design, por ejemplo, busca en pocas palabras, un diseño universal el cual favorece el uso y entendimiento para todos, el consumidor no necesita complicarse o aturdirse al momento de utilizar un objeto, este debe ser amigable y fácil de comprender.

La innovación no hay que forzarla, mucho menos con un exceso de elementos complejos que no satisfagan verdaderas necesidades. La innovación, debe

ser el resultado de un proceso bien diseñado el cual, idealmente, incluye miembros de diferentes gustos, especialidades y un equipo talentoso que comparten el mismo objetivo. Jobs comenta que, está bien copiar las ideas de las otras personas que escuchamos en reuniones, en la calle o en entornos diversos, ya que para muchos sólo se mantienen en pensamientos y no logran concretarlas, nosotros podemos concretar e innovar en ellas.

Por tanto, debemos procurar que los objetos sean agradables y de fácil comprensión para todos, no basta sólo con hacerlo diferente: es mejor hacerlo simple manteniendo siempre un lenguaje de diseño.

Es importante generar siempre varias opciones, ya que este proceso dará como resultado una innovación no forzada: está bien fallar, esto nos indica que lo hemos intentado varias veces y podemos aprender de ello y de otras opiniones que critican estos fallos.

Como podemos observar, la innovación no es algo complejo, es cuestión de concebir un proceso de diseño bien planificado a través de un pensamiento ordenado y sistematizado, podemos tomar como modelo la filosofía de Muji design o Steve Jobs en donde la simpleza lo es todo: debe estar vacío para ser bello... el silencio es un valor y el lenguaje un obstáculo...

De la aventura de crear a la necesidad de comunicar

D.I. Fernando Escalante

Departamento Diseño Industrial URL
Catedrático Dedicación Completa

Introducción

El diseñar productos es para el diseñador tanto una aventura como lo puede ser un trabajo, las personas que buscan esta profesión para ganarse la vida lo hacen muchas veces partiendo de un impulso creativo e inconforme. En verdad muchas veces el diseñador de productos tiene una parte de artista y otra de revolucionario pues quiere expresarse a través de sus objetos y luchar contra el establecimiento material. Y si bien es cierto que muchos diseñadores son humanistas de corazón y los motiva querer ayudar al próximo a mejorar su experiencia de vida; es también común encontrar al diseñador que se siente más a gusto con las herramientas técnicas y científicas de su trabajo que con ejercicios antropológicos de comprensión humana. Los diseñadores principiantes por lo general son buenos sintetizadores y les gusta estar en acción y no siempre aprecian el tiempo de investigación.

Este gusto por el trabajo, manos a la obra, y desdén por el conocimiento de campo, por lo general desemboca en la paradoja del diseñador que se le olvida diseñar para un usuario *real*, conociéndolo, y lo hace solamente basándose en los principios teóricos de la disciplina: El producto diseñado es entonces rechazado por las personas a las que va dirigido. Es por eso muy importante regresar a los fundamentos (en el sentido amplio) y asegurarse que los diseñadores de productos no se olviden de cómo piensa el otro 99%

de la población. El tradicional *Buen Diseño* era bueno porque satisfacía las necesidades reales de los usuarios, simplicidad, durabilidad, comunicación, confiabilidad. Sin embargo estamos en un momento donde la propuesta del Buen Diseño se debe reestudiar y actualizar para que se adapte a nuevas tecnologías, que muchas veces valoran su desempeño en su capacidad de cambio por ejemplo (debiendo re-entenderse la durabilidad), son productos especializados (tocando el tema de comunicación y simplicidad) y se usarán en un contexto de cambios violentos en los aspectos sociales y culturales. Los diez principios de Dieter Rams no se desechan pero sí se deben complementar. Otros diseñadores y teóricos ya se están dando a la tarea.

Para que un diseño de producto sea bueno, debe ser percibido como un producto bien diseñado. Mondragón (2002) cita a Krippendorff sobre sus tres reglas para el diseño de productos en cuanto a su facilidad de uso:

- 1) El producto debe explicar lo que es y para qué sirve.
- 2) Un producto debe comunicar cómo debe o puede ser usado.
- 3) Un producto debe proporcionar “*feedback*”

La comunicación entonces debe de ser uno de los factores predominantes en el Buen Diseño del siglo XXI ya que al ser una *sociedad red*, se quiera o no los diseños se han convertido en comunicadores (mensaje, medio y cada vez más receptor) ante una sociedad compuesta de culturas entrelazadas.

La funcionalidad, usabilidad y placer (Jordan 2000) como categorías progresivas que buscan los consumidores que sean satisfechas por los productos también dan un parámetro importante a tomar en cuenta en los cursos de formación de diseñadores y posteriormente en su práctica profesional. Muchos de los choques entre diseñadores y empresarios en el campo laboral se dan por no estar de acuerdo en el orden de esta jerarquía.

Evaluación de usabilidad y tipo de usuario

Otro punto de vista surge como un aporte personal para la evaluación del diseño en objetos de producción masiva, el cual tiene como objetivo correlacionar el

objeto con el tipo de usuario para poder describir o controlar mejor la comunicación entre ambos. Para lo siguiente se usa el término: *factores*, como las cualidades de los objetos, los cuales se dividen en superficiales, intermedios y profundos.

Los factores superficiales, se refieren a los que todas las personas pueden percibir y emitir un juicio de valor no necesariamente teniendo que interactuar directamente con ellos, *la apariencia* es uno de estos factores superficiales, dado que todos pueden observarlos.

Los factores intermedios, se refieren a experiencias perceptuales como la manejabilidad, el tacto y el contacto físico con el objeto; texturas e incluso olores pueden formar parte de esta categoría en la que el ser humano debe estar tan próximo al objeto como para manipularlo sin necesariamente usarlo para lo que es.

Los factores profundos, implican un uso apropiado de los artefactos, el funcionamiento vital de los mismos. Su experimentación requiere un cierto dominio del uso de los objetos y podría subdividirse en uso a corto y a largo plazo.

Por ejemplo: los productos de alta gama, exclusivos o de uso restringido principalmente aunque se pueden evaluar bajo las tres categorías, solamente un grupo reducido puede dar una opinión adecuada de la tercera evaluación (factores profundos) al poder haberlo usado en su función intencionada. Un vehículo de fórmula 1 es un ejemplo de eso y es muy posible que para su usuario primario la categoría más importante sea la profunda, mientras el resto de población se va a tener que conformar con las otras dos apreciaciones. Para un simple espectador el color, la forma y el sonido, muy posiblemente constituirán los aspectos más valiosos del carro (en el caso de un niño o una persona no aficionada a este tipo de espectáculo). Dependiendo de cuál es el fin último del cliente y la intención del usuario, priorizar cada una de las etapas puede tener resultados beneficiosos o negativos. No necesariamente el vehículo más rápido será el preferido por el público.

Conclusiones

Tomando la comunicación como punto de partida pero recordando la importancia de la intencionalidad en la toma de decisiones de diseño se concluye,

que si bien es responsabilidad del diseñador ayudar a avanzar en la ciencia y técnica desde su disciplina, también es su responsabilidad no agrandar una brecha cultural entre el diseño y el usuario que resultaría perjudicial para ambas partes, pero más para el diseñador. Sin usuarios el diseñador se encontraría sin empleo.

Es importante que las instituciones y los académicos reevaluemos la manera de ver la cultura material y el diseño como una disciplina potente y catalizadora, para ofrecer nuevas soluciones contextualizadas y proyectivas. El desarrollo de herramientas de evaluación y enseñanza del diseño debe ser un acto continuo y aunque sea experimental va a aportar en el desarrollo del diseño industrial. Crear fundamentos del diseño que impulsen los nuevos conocimientos, se basen en teorías usadas y comprobadas pero que se sitúen en realidades contextualizadas local y temporalmente, es el reto de las instituciones de enseñanza de diseño y de los mismos diseñadores.

Bibliografía:

- Castells, M. (1999). *La sociedad red*. Siglo XXI.
- Jordan P.W. (2000) *Designing Pleasurable Products*. Taylor & Francis. London pp1-10.
- Mondragón D., Salvador. (5-7 Junio 2002). *Aportaciones de la Semántica del producto al diseño de productos orientados al usuario*. XIV Congreso Internacional de Ingeniería Gráfica. Santander-España.

Diseñar, más allá de crear formas

D.I. Juan Pablo Szarata

Departamento Diseño Industrial URL
Catedrático Dedicación Completa

El diseño industrial es una disciplina que ayuda al ser humano a satisfacer sus necesidades y problemas a través de propuestas funcionales y formales.

Un buen diseño no es aquel que sólo se mire bien o que le guste a la mayoría de las personas. Aunque la forma y la manera en que se miren los objetos es muy importante, con el diseño hay mucho más que ofrecer que formas atractivas. Primero se debería poder definir qué es atractivo o bonito, ya que la belleza es algo sumamente subjetivo. Es por esto que el diseño industrial puede ofrecer más que simplemente formas. Si bien es cierto, la forma de los objetos juega un papel importante, no se puede delimitar la actividad de diseñar únicamente a la generación de formas y volúmenes. Diseñar va más allá, ya que al diseñar un objeto hay que tener en cuenta muchos aspectos para poder realizar la propuesta.

El proceso de diseño comienza conociendo un problema o una necesidad de un grupo objetivo específico. Si no se tiene ninguno de los dos no se puede diseñar. Es sumamente importante detectar para quién se va a diseñar, ya que al analizar y estudiar al grupo objetivo se podrá definir los parámetros de diseño para que la propuesta llegue a satisfacer de la mejor manera el problema planteado. Aquí será importante conocer las características de las personas, sus gustos, tendencias, situación económica, social, aspectos culturales importantes, en fin, toda aquella información de utilidad para poder llegar a una solución óptima pensada para las personas que se está diseñando. De igual manera, es primordial tener claro el problema o situación para la que se está diseñando. Cuando se habla de problema, no necesariamente se está hablando de algo negativo o malo, simplemente es la situación a analizar que requiere una

propuesta de diseño para poder hacer de la vida del usuario o cliente algo más fácil o mejor en diferentes aspectos. Al tener debidamente claro el problema o situación a analizar, se podrá empezar a proponer alternativas o propuestas de diseño que sirvan de solución para satisfacer las demandas del grupo objetivo.

Dichas propuestas o alternativas de diseño, no serán únicamente volúmenes o formas, sino que serán opciones que muestren un adecuado estudio tomando en cuenta varios aspectos a satisfacer; estos abarcan desde el análisis de la interacción entre la nueva propuesta y el grupo objetivo, cómo se usará, qué forma tendrá, qué materiales se usarán para su fabricación, qué acabados se le darán, cómo se fabricará, y muchas veces, incluso, cómo serán las estrategias de distribución y comercialización de las propuestas.

Algo que es muy importante al proponer un diseño, es que cada una de sus características, tanto físicas como funcionales respondan a una fundamentación adecuada, ya que un buen diseño no puede dejar ningún aspecto al azar. Pero, no solamente son las características del objeto las que hay que tomar en consideración, también es de suma importancia conocer todo lo referente a los procesos, materiales y capacidades con las que se cuenta para su desarrollo y fabricación. Al referirse a esto, se confirma que es necesario y fundamental saber con qué recursos se cuenta (económicos, tecnológicos, humanos, etc.) para desarrollar las propuestas.

Es por esto, que si se logran realizar propuestas de diseño tomando en cuenta todos los aspectos anteriormente mencionados, se proporcionará al grupo objetivo soluciones que realmente satisfagan sus necesidades, y que estas propuestas estarán fundamentadas en todos sus aspectos, logrando así diseños óptimos, que no solamente posean un aspecto agradable, sino que también funcionen adecuadamente y, sobre todo, que se puedan fabricar.

De esta manera, se puede concluir que un buen diseño no es aquel que sólo tenga una forma bonita o llamativa, sino que es aquel que responde a una necesidad específica de un grupo objetivo definido, y que para su desarrollo y fabricación se tomen en cuenta todos los recursos disponibles, pero lo más importante, es poder usar de la manera más óptima estos recursos para brindar un buen diseño a las personas.

Entendiendo la antropometría para el diseño

MDI Rodrigo Sánchez Marín
Departamento Diseño Industrial URL
Catedrático Dedicación Completa

Él recuerda todavía la primera vez que la miró, ella lucía elegante recubierta de aquel barniz oscuro que la volvía aún más ligera ante su vista. Quedó impresionado frente a ese objeto que él consideraba una joya de mobiliario fabricada por la empresa alemana Thonet y por fin, pensó, podía regocijarse ante la famosa silla No. 14 diseñada por el mismo Michael Thonet en 1859.

En aquel tiempo contaba con 16 años de edad y ya había alcanzado la estatura de 1.70 metros, aún hoy considerada el promedio de la población local. Ya no crecería más en el futuro.

Mientras observaba a detalle aquella obra de diseño, reflexionaba sobre la “suerte” de su Tía Carmen, ella había recibido como “obsequio” cuatro bellas sillas de esa serie de parte de un amigo, quien recién estrenaba apartamento y, quejándose de las dimensiones de la nueva vivienda, tuvo que desprenderse de varios objetos queridos que jamás se acomodarían a su nuevo contexto. Descubrió que la Tía Carmen desconocía el origen y la magia en torno a esas sillas y, presintió que el antiguo dueño ignoraba también el valor “simbólico” de tan apreciadas piezas.

Corría el año 1986, no había transcurrido un año después que visitó la exposición “Italia Diseño”, la misma que había causado tal efecto en su persona y, definitivamente, confirmó su orientación vocacional hacia las “artes apli-

casas” y su deseo por convertirse en diseñador industrial. Su propio interés por conocer “todo” sobre el diseño de productos fue la “fuerza invisible” que lo guió a descubrir la firma Thonet junto con su obra maestra: la silla No. 14, que desde su lanzamiento hasta 1930 superó la cantidad de cincuenta millones de piezas vendidas en el mundo.

Después de admirar la belleza formal y genialidad constructiva de esa silla desde todos los ángulos posibles decidió, finalmente, sentarse en ella. Al principio se sentía orgulloso de interactuar en carne propia con semejante objeto. Una vez disminuída la emoción, cayó en la cuenta que, estando correctamente sentado, le era imposible apoyar los tacones en el piso de madera del antecomedor de la Tía Carmen. ¿Cómo era posible que una de las sillas más vendidas en la historia tuviera dimensiones inadecuadas? ¿Acaso no había crecido ya lo suficiente para adaptarse a las medidas del asiento? Un torrente de preguntas y las respuestas más improvisadas le inundaron la mente, mientras permanecía sentado mirando las acuarelas colgadas en la pared de enfrente.

Las respuestas a aquellas cuestiones y, a otras más, le llegaron años más tarde, cuando estudiaba ya la Licenciatura en Diseño Industrial. En el Curso de Ergonomía¹ el catedrático repetía hasta el cansancio “Aquí estudiamos la manera de adecuar los objetos y los espacios a las características y limitaciones de los usuarios”. Era lógico: ninguna persona debía sentirse forzada a adaptarse al ambiente artificial, incluidos objetos y espacios que, al fin y al cabo, habían sido creados para facilitarle la vida.

Aprendió entonces que una de las principales herramientas de la ergonomía es la antropometría², ¡Sí señor! Ningún producto destinado a un mercado masivo debe prescindir, durante su proyectación, de un estudio antropométrico, el cual tendrá que incluir una muestra significativa de la población objetivo, cuyos resultados ayudarán a determinar sus dimensiones mínimas y máximas, de esta correcta adecuación depende la usabilidad óptima por parte de un

1 El pensum de la Licenciatura en Diseño Industrial en la Universidad Rafael Landívar contempla los contenidos de esta disciplina en la asignatura llamada Factores Humanos.

2 Antropometría es la disciplina que toma, analiza y estudia las dimensiones del cuerpo humano. Flores C. (2001) Ergonomía para el diseño, México D.F. Editorial Designio.

amplio rango del grupo objetivo. El sencillo ejemplo que el profesor expuso en clase terminó por iluminarle una sonrisa, pues explicaba claramente su experiencia con la silla No. 14.

Si se trata de proyectar una silla, una de las dimensiones importantes es la altura del asiento, en caso de ser demasiado alto, se corre el riesgo de restringir la circulación de sangre hacia las piernas, pues cuando los pies quedan suspendidos en el aire, o incluso, cuando sólo las puntas de los zapatos hacen contacto con el piso son presionadas las venas que se ubican en la zona posterior de las rodillas, mejor conocida como fosa poplítea.

De manera simplificada³ el profesor explicó la mecánica de un estudio antropométrico y su aplicación, para esto, sugirió la medición hipotética de 100 personas que cubrieran la variabilidad dimensional de la población objetivo. Cada individuo sería medido en posición sedente (sentado, descalzo y formando ángulos de 90° entre los segmentos corporales: tronco-muslo y muslo-pierna). Cada variable antropométrica (el caso del ejemplo: altura del piso a la fosa poplítea) debía ser medida en milímetros y, de no contar con una silla especial para este tipo de estudios, se implementaría un plano horizontal, a manera de piso móvil, que permitiera modificar su altura y fijar la dimensión de cada individuo, dejando libre de presión, en cada caso, la citada fosa poplítea. Una vez registradas las dimensiones de los 100 individuos, se tabulan en orden ascendente, se ubica la dimensión de la quinta persona más pequeña y a continuación, siguiendo esa misma lógica, se localiza la dimensión de la persona No. 95. Esas dos dimensiones corresponderán (de forma muy simplificada) a los percentiles 5 y 95, respectivamente, y que, a su vez, son las dimensiones máxima y mínima del rango a satisfacer equivalente al 90% de la población o más.

Retornando al diseño de la silla, la altura del asiento sería definida por el percentil No. 5, de esa manera, a partir de la quinta persona más pequeña

3 Un estudio antropométrico confiable incluye las fases de programación, determinación de la muestra, capacitación, levantamiento de datos para cada variable (ISO propone un mínimo de 36), clasificación de los datos, elaboración de curvas de frecuencia, tabulación y análisis de la información recopilada.

y las 95 restantes, todas ellas podrán apoyar los pies en el piso sin limitar la circulación de sangre y esto incidirá en comodidad. Si se deseara añadir apoyabrazos en el diseño de la silla, estos implementos limitarían la inclusión de las personas más anchas de cadera, la lógica llevaría a buscar el percentil No. 95 de la variable “ancho de cadera sentado”. Una vez aplicada esta dimensión, las 95 personas de menor ancho de cadera cabrán libremente en el asiento y sólo quedarán 5 individuos insatisfechos.

Las conclusiones le resultaron contundentes: La antropometría aplicada derriba el mito de “Diseñar para el promedio” y lo sustituye por una realidad lógica “Diseñamos para rangos” y por fin comprendió que la población latinoamericana jamás fue el grupo objetivo de Michael Thonet al proyectar tan hermoso producto.

Después de años de practicar y enseñar diseño, él, sigue aprendiendo nuevas cosas cada día y lo más importante, continúa enamorado de su profesión.

La cultura de la evaluación y la historia del diseño en América Latina

Dr. Oscar Salinas Flores
Responsable Área Tecnológica e Historia del Diseño
UNAM, México

Hoy nos hemos reunido para celebrar la reciente acreditación del programa de Diseño Industrial, y aunque es un motivo para regocijarnos, es un proceso que se vive tan rápidamente que requiere de un mayor conocimiento para entender realmente el porqué se realiza y, más importante aún, entender las consecuencias de haber superado este compromiso para beneficio de su comunidad.

Antecedentes

Si la disciplina del diseño es aún reciente en Latinoamérica, la evaluación externa es un proceso todavía más nuevo, por lo que es adecuado hacer un rápido análisis del origen de la disciplina y su evaluación para entender más claramente lo que estamos celebrando.

Ya es sabido que el diseño industrial surge a partir de un proceso de cambio que llevó al mundo occidental a producir de manera diferente todos los objetos necesarios para la vida cotidiana y contribuir al desarrollo de la sociedad. Así el proceso que seguía el artesano fue substituido por otro más rápido, más complejo y de mayor producción, proyectado por un nuevo profesional que no existía y que vino a ser el generador del diseño industrial.

Gracias a la historiografía hoy sabemos de los primeros intentos de una nueva educación artística que derivó en el diseño, como fueron las escuelas

alemanas de la Bauhaus, y la *Hochschule fur Gestaltung*, Escuela Superior de Diseño de la ciudad de ULM en Alemania; estas escuelas heredaron la nueva pedagogía del diseño a una gran cantidad de centros educativos en el mundo. Hoy, la educación y la práctica profesional del diseño industrial se ha extendido y consolidado a nivel internacional y la disciplina se presenta como una especialización no sólo importante sino necesaria en el avance cultural y tecnológico de cualquier nación desarrollada que ha creído en la innovación como fuente de una mejor calidad de vida.

No obstante, en regiones como Latinoamérica, el diseño llegó a destiempo y ha vivido un desarrollo más lento por las circunstancias locales donde, por razones históricas, la innovación para la creación de bienes y la producción ha estado marginada por razones políticas, y el mercado nacional supeditado a una cultura basada en la copia o la inspiración en formas de vida ajenas a lo nuestro.

La formación universitaria de diseñadores industriales en América Latina se inició casi al mismo tiempo en México, Argentina y Brasil, inspirándose en las escuelas alemanas, y tratando de emular el desarrollo que la disciplina había tenido en algunos países de Europa y los Estados Unidos de América, aunque en un contexto diferente, que por supuesto dio como resultado un desarrollo también diferente.

La disciplina del diseño ha recorrido un camino complejo, diverso, contradictorio y a veces insospechado como un resultado de lo que somos y de acuerdo a nuestras circunstancias. Hagamos un resumen:

1. La industrialización y el desarrollo de la producción de bienes es muy diferente en América Latina a la de los países que generaron las disciplinas del diseño moderno.
2. Por ello, al llegar el diseño a Latinoamérica, la planta productiva no conocía ni necesitaba al profesional del diseño industrial, porque por razones históricas, prevalecía la importación y la reproducción, que a su vez marginaba la innovación y la originalidad en el grueso del consumo de la población.

La oferta profesional se encontró con una muy magra demanda de parte de los empresarios, y los políticos no se preocuparon por la promoción del diseño y la innovación, pues no lo veían como una prioridad para el desarrollo nacional.

La explotación de la riqueza natural del territorio sólo como materia prima exportable dejaba y sigue dejando todavía satisfechos a muchos políticos y empresarios.

3. Al paso del tiempo, los diseñadores se dieron cuenta de que nuestro contexto no ofrecería el mismo espacio profesional que en los países desarrollados, donde era el medio natural para explotar su talento, y ante esto, ligado además a las crisis económicas y sociales recurrentes, iniciaron una estrategia en la búsqueda de mercados para el diseñador, más acordes con nuestra realidad.
4. Las universidades y los profesionales agremiados asumieron la promoción de la disciplina ante el desinterés del sistema empresarial y gubernamental a través de concursos, premios, centros de difusión y promotores para la contratación del diseño, y grupos gestores ante el sistema, para el impulso del gremio.

No obstante, lo que realmente ha ubicado a la disciplina del diseño en un plano de madurez ha sido lo siguiente:

En primer lugar, cincuenta años de experiencia pedagógica en el diseño, con un número ya importante de generaciones de egresados insertadas en el mundo productivo, que han seguido su formación actuando en el medio profesional con diversas experiencias y conocimientos en la práctica proyectual, la docencia y la investigación, han dado como resultado natural una madurez profesional que se refleja en las siguientes fortalezas:

- Existe un cuerpo de profesionales con capacidad intelectual para hacer historia, crítica y teoría; lo que les ha permitido en los últimos años generar publicaciones como revistas, *Journals* académicos y libros que han venido a enriquecer la profesión y su relación con el mundo.

- Se cuenta con un cuerpo de profesionales con nuevas habilidades y conocimientos para la proyectación y la innovación, actualizados en el uso de las nuevas tecnologías para la aplicación de su propio oficio de diseñador, y el desarrollo de nuevos productos, servicios y sistemas para la sociedad, en el ámbito local y global.

Si revisamos el entorno internacional, podemos encontrar un número creciente de competentes diseñadores de América Latina trabajando en empresas productivas y organizaciones diversas en franca competencia con los diseñadores locales, siendo reconocidos por su calidad.

- Por último, hoy estamos de acuerdo en que existe un cuerpo de docentes profesionalizado que colabora para fundar, desarrollar y consolidar a un número creciente de programas académicos de diseño.

Esta situación se presenta dentro de un proceso de transformación de una disciplina que cada vez adquiere mayor presencia en un mundo sujeto a fenómenos históricos como la globalización en la economía y las comunicaciones, y en la cultura posmoderna que enmarca diversos modos de vida donde la intensa relación entre los seres humanos y su entorno se manifiesta a través de un número y uso mayor de objetos.

La evaluación externa

Si como afirmo, los cuerpos profesionales que acabo de mencionar están relacionados con las escuelas de diseño, entonces se entiende y se puede aceptar que la educación del diseño hoy sea mejor. No obstante, en ese medio se presentó en los últimos años del siglo pasado, una circunstancia que vino a cambiar el desarrollo del diseño para bien.

Para los que fuimos parte de las primeras generaciones de diseñadores industriales en América Latina es claro que la formación que recibimos en la universidad fue limitada, con carencias físicas y escaso conocimiento comparado con países como Alemania, Inglaterra o los Estados Unidos de América, pioneros en la generación de los primeros diseñadores profesionales en el mundo. Esta preparación, ante la presión de crisis y estereotipos políticos y

culturales de nuestros países se prolongó cerca de 30 años sin mayores cambios hasta suceder un hecho que se convirtió en detonante para la historia reciente del diseño en nuestro contexto.

Lo que voy a mencionar, sucedió en mi país, pero debo decir que algo parecido sucedió en otros países como Chile, Argentina, Colombia y Brasil algunos años después, como una respuesta a los cambios mundiales que vivimos.

En México, hacia fines de los años ochenta, y como una respuesta a un crecimiento notable en la educación universitaria, se fundó el organismo para promover la educación superior hacia una mejor calidad: la CONPES, Coordinación Nacional para la Planeación de la Educación Superior, que a su vez instituyó en 1989 la CONAEVA, Comisión Nacional de Evaluación de la Educación Superior, y con esto instaurar al final el Sistema Nacional de Evaluación de la Educación Superior.

Ya organizado el sistema, dividieron la educación en siete áreas del conocimiento, y se abocaron a la búsqueda de los expertos, que por recomendación de las instituciones de educación superior y grupos gremiales, formaron los comités de pares evaluadores de los CIEES, Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior de México, como organismo no gubernamental, en 1991. Su objetivo principal fue realizar la evaluación diagnóstica y acreditación de programas académicos, así como dictaminar y asesorar a las Instituciones de Educación Superior para elevar la calidad de dichos programas.

No obstante, al objetivo de elevar el nivel de calidad de la educación en el país, se unió otro que poco se conoce en la información pública y que veía hacia el futuro de un mundo más globalizado.

El objetivo se conectaba con los tratados internacionales que el gobierno consideraba necesarios para un mejor desarrollo, e involucraba al nuevo sistema, sin una aparente relación, con la futura actuación de los profesionales. ¿Cómo se iniciaron las acciones que también involucrarían al diseño?

El diseño y los tratados de libre comercio

En diciembre de 1992, se firmó el TLCAN, Tratado de Libre Comercio de América del Norte, entre México, Estados Unidos de América y Canadá, y esto en principio no tenía nada que ver con la preparación universitaria de los profesionales en cualquiera de las naciones involucradas en su firma. No obstante, el tratado incluyó cláusulas que comprometían a los países participantes a intercambiar bienes de consumo en una primera etapa, pero después a intercambiar servicios que involucrarían la posibilidad de que los profesionales acreditados ofrecieran sus servicios con el reconocimiento de los tres gobiernos.

Esta posibilidad sería una realidad en quince años, y también una oportunidad de ganar espacios profesionales, o en el peor de los casos de perderlos ante la mejor calidad de los servicios que se ofrecieran desde el extranjero.

A principios de los años noventa era una realidad que la educación en México sufría un serio desfase frente a Canadá y los Estados Unidos de América, y habría que iniciar cambios inmediatos que llevaran a una Reforma educativa que nos acercara al desarrollo de los países competidores, pero más allá de los tratados, para lograr un mayor nivel de preparación para los ciudadanos.

Ya para entonces era claro que uno de los mecanismos más eficientes para un mejor desarrollo de la educación en los países más avanzados era la evaluación externa, y por ello se tomó la decisión de fundar los CIEES.

¿Cómo funciona el proceso para incorporar la cultura de la evaluación externa?

En una primera etapa:

- Se pide que el programa académico realice una autoevaluación para conocer su estado de desarrollo e inicie una autocrítica que lo lleve a implementar mejoras.
- El Comité asignado por área de conocimiento aplica una evaluación diagnóstica sólo a los programas académicos que lo soliciten, y se le dan

recomendaciones para que el programa pueda ser mejor sin calificar a la institución.

- En un máximo de tres años, se regresa a evaluar una vez más al programa para hacer un seguimiento de los cambios logrados y se dan nuevas recomendaciones.

En una segunda etapa:

- De acuerdo a los resultados de la primera etapa se ubicó a los programas evaluados en tres niveles y de acuerdo a esto el gobierno federal inició el apoyo económico para un mejor desarrollo a partir de los PIFI, Programas Integrales de Fortalecimiento Institucional, con el objetivo de asegurar la calidad de los programas evaluados.

En una tercera etapa:

Después de diez años de aplicar la evaluación diagnóstica, se creó el COPAES, Consejo para la Acreditación de la Educación Superior, dirigido por los mismos CIEES, que impulsa los procesos de acreditación, con la diferencia de que sí califica a los programas evaluados y los compara entre sí. Este proceso aún no se completa en México, pero pronto, deberá seguir los pasos de otros países con mayor experiencia en este proceso, que han establecido un *ranking*, o lista calificadora de las instituciones de educación superior al alcance de los ciudadanos como un indicador de la calidad, con consecuencias en su imagen pública y sus ingresos.

A partir del año de 2002 se han acreditado más de 1,700 programas académicos en todas las áreas de conocimiento, y en el caso de la disciplina del diseño el COMAPROD, Consejo Mexicano para la Acreditación de Programas de Diseño reconocido en 2004, es el organismo que lleva adelante el proceso.

La metodología que se sigue en la acreditación es similar a la de los CIEES, pero con una mayor eficacia, ya que los programas vivieron antes la autoevaluación y la evaluación diagnóstica y cuentan con un mejor desarrollo para recibir la acreditación ante la sociedad.

Los números que se recogen después de más de 17 años de experiencia son alentadores, ya que se han evaluado más de 3,500 programas académicos de técnico superior universitario, licenciatura y posgrado en cerca de ochenta instituciones de educación superior, y se han emitido casi 100 mil recomendaciones para mejorar o asegurar la calidad de los programas y funciones de las instituciones. A partir del año 2001 en que se reconoció la calidad en tres niveles, casi 1,700 programas han recibido el nivel 1 al considerárseles acreditables. Habría que agregar que los colaboradores no somos pocos, pues hasta ahora el sistema ha capacitado e incorporado a más de 3,500 pares académicos. En el caso de la disciplina del diseño, el organismo que ha llevado adelante el proceso desde su fundación en 1994, es el CADU, Comité de Arquitectura, Diseño y Urbanismo.

Al final, quiero abordar la pregunta más importante de este tema: ¿Cómo ha impactado el sistema de evaluación externa en la disciplina del diseño?

Al iniciar el proceso en los años noventa, la educación del diseño sufría de los siguientes defectos:

1. La profesionalización de los docentes en el área de diseño era realmente escasa; casi todos eran profesores de paso o sin capacitación. En una palabra, improvisados.
2. Los planes de estudio eran el resultado de copiar a alguna institución conocida del extranjero, o incluso de escuelas pioneras del diseño sin tomar en cuenta el contexto local o los avances pedagógicos internacionales.
3. La infraestructura física era incipiente e insuficiente en aulas, talleres, centros de información, y la tecnología utilizada para la producción y didáctica no estaba actualizada, comparada con países desarrollados.
4. Las experiencias culturales y el intercambio académico se daban sólo en casos ocasionales.
5. La difusión y promoción de la disciplina y la vinculación con el contexto, necesario para los programas académicos, no se lograba por falta de recursos y organización.

6. La posibilidad de publicar y promover proyectos académicos e investigaciones casi no existían también por falta de recursos y organización.

Al inicio del proceso de evaluación, y durante los primeros años respondieron sólo los programas académicos que por entusiasmo y rigor de sus autoridades, vieron la oportunidad de ser mejores.

Cuando el gobierno federal instituye los PIFI y estimula generosamente a los programas evaluados en nivel 1 con los recursos que se solicitan, se inicia un cambio cualitativo que ha sido un detonante para mejorar notablemente la formación de los diseñadores.

El proceso no ha sido fácil, pues cada aliciente está conectado a organizaciones y responsabilidades cada vez más complejas que exigen de la comunidad mejores respuestas, pues ahora la solicitud y la preparación del proceso ya no empieza en las autoridades del programa académico, sino desde los mismos rectores que saben la importancia de los beneficios y mueven a toda la comunidad para lograrlos.

¿Pero qué es lo que han recibido?

- Mayor infraestructura física
- Financiamiento para movilidad académica
- Acceso a las nuevas redes internacionales
- Financiamiento para encuentros académicos

A cambio de una nueva capacidad para:

- Integrar grupos gestores para administrar mejor
- Aplicar los nuevos conocimientos humanos
- Saber utilizar eficientemente a los nuevos recursos tecnológicos
- Comunicarse en un segundo idioma con el mundo
- Estar al día en los cambios mundiales
- Tener un nuevo perfil de profesores y gestores con posgrado, con capacidad para investigar y con capacidad para interactuar con el mundo.

Conclusiones

Al hacer un análisis de lo que ha pasado en los últimos quince años de evaluación externa en México y otros países, encuentro al inicio, y como oposición al cambio, resistencias naturales en un medio como el nuestro –estereotipos, rechazo a lo ajeno, falta de sistematización, ausencia de innovación, apego a la rutina, desconfianza ideológica–.

No obstante, el sistema ha generado el cambio a partir de una política de estímulos institucionalizada para los que apuestan por la renovación y la transformación, relegando a los que se deciden por la inmovilidad, que cada vez son menos.

Yo que soy miembro fundador de los CIEES y que continuamente visito a escuelas de diseño para su evaluación o asesoría, he podido constatar el cambio notable en muchas universidades que rápidamente se han actualizado aprovechando los beneficios que su nueva situación les otorga.

Los profesores están mejor preparados para la docencia y más recientemente para la investigación. El personal administrativo funciona mejor por sus conocimientos y capacidad de organización, y los estudiantes están mejor preparados, en mejores instalaciones, con nuevos conocimientos y la experiencia de conocer y entender mejor al mundo que les interesa.

Hace algunos años la diferencia entre un diseñador de Latinoamérica y uno de países anglosajones o asiáticos era evidente por la tecnología utilizada para el desarrollo de proyectos, el conocimiento histórico de su profesión y los fundamentos teórico-prácticos que sostienen al diseño como fenómeno cultural del mundo.

Hoy, el cambio empieza a ser evidente, pues el uso de la tecnología como el diseño virtual en 3D, la impresora tridimensional para la generación de modelos y las computadoras con los programas especializados, lo empiezo a ver en casi todas las escuelas evaluadas, aunque es claro que no todo se resuelve con la última tecnología, ya que sigue siendo una herramienta más sofisticada, para la que aún los conocimientos y las habilidades para la composición aplicados ‘*a mano*’ siguen siendo fundamentales.

Con la posibilidad de la movilidad académica, cada vez más alumnos de diseño dominan un segundo idioma, tienen estancias académicas en el extranjero, y responden al mismo nivel de calidad y profundidad que los estudiantes de diseño de países desarrollados. Cada vez más frecuentemente, me encuentro o sé de jóvenes latinoamericanos trabajando en despachos o empresas de diseño reconocidos en Europa o Estados Unidos de América, haciendo un papel cada vez más notable. Son profesionales que se han beneficiado en los últimos años con la nueva formación generada, entre otras cosas, por el proceso de evaluación y la nueva educación del diseño en Latinoamérica. Esto por supuesto, sin menospreciar todo aquello que nos es genuino y nos orienta a entender y resolver las necesidades de nuestros pueblos.

Con toda honestidad, puedo decir que me congratulo de que ustedes hayan vivido recientemente el proceso de acreditación y estén dispuestos al cambio y la transformación no sólo para la preparación de los futuros diseñadores guatemaltecos, sino también para la excelencia de un centro académico universitario que busca la perfección en una comunidad empeñada en construir una institución orientada a lograr por medio de sus acciones lo mejor para sus ciudadanos.

Hibridaciones del diseño

Diseño+Música+Urbanismo

M.A./D.I. Roberto Cuervo
Director Carrera de Diseño Industrial
Facultad de Arquitectura y Diseño
Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

El diseño como disciplina está en una posición ventajosa en la medida en que permite el trabajo interdisciplinario desde el mismo planteamiento de su metodología.

La combinación del diseño con otras disciplinas permite generar hibridaciones entendidas como la unión de dos o más elementos de diferentes especies, ampliando así los campos de acción y reflexión desde donde se pueden proyectar nuevas posturas para el planteamiento de proyectos de diseño.

El diseño como disciplina que propone composiciones objetuales tangibles e intangibles está relacionado directamente con todas aquellas disciplinas que de alguna manera se encargan de componer y recomponer formalmente un objeto, generando relaciones dadas por los elementos básicos que rigen estas composiciones, permitiendo hibridaciones contemporáneas con disciplinas como la música y el urbanismo.

A partir de una hibridación inicial, se podría analizar una pieza urbana como caso de estudio, para plantear una composición musical realizada desde un análisis morfológico, de flujos peatonales y atributos estéticos de un lugar, el cual permite la proyectación y construcción de un paisaje sonoro a partir de la experiencia de ciudad generada por un peatón.

Así mismo se perfila la relación entre el diseño y la geometría fractal como generador de formas tanto visuales, tridimensionales como sonoras a partir de software de composición de música fractal para poder entender las relaciones intertextuales generadas en una composición de un paisaje sonoro.

Esta experiencia investigativa puede generar una composición de música electrónica a partir del análisis de una calle de una ciudad, la cual se puede reproducir de forma audiovisual, con una presentación en vivo, a partir de “Samplers”, “Loops” y “Síntesis de sonidos” generados en un secuenciador sintetizador.

El caso de estudio posibilita la generación de una plataforma de composición que permite proyectar y recomponer un paisaje sonoro o un objeto musical intangible, así mismo como hacer lectura sonora de espacios urbanos y también de objetos, generando de esta forma una hibridación entre Diseño+Música+Urbanismo.

Palabras clave:

Diseño

Interdisciplina

Paisaje Sonoro

Ciudad

Objeto

Interactividad

Imagen

Multimedia

Composición

Música Electrónica

Geometría fractal

Diseño es darle sentido a las cosas

Mtro. Ariel Méndez

Coordinador de la Licenciatura en Diseño Industrial del Departamento de Diseño
Universidad Iberoamericana de México

Hace unos cuantos años me topé con un artículo publicado en la revista *Desig Issues* titulado *Design is making sense of things*.

En ese momento, no tenía idea del impacto de esta frase en la evolución del diseño, por supuesto que entendía las implicaciones de que crear o diseñar productos para alguien más, debería responder a sus necesidades y a su legado cultural.

Diseño Centrado en el Ser Humano (HCD)

Recientemente se ha dado énfasis al diseño centrado en el usuario, en el uso de técnicas de investigación etnográfica y de herramientas de investigación cualitativa con el fin de construir un profundo entendimiento del usuario. IDEO, es una empresa que ha desarrollado varios métodos de diseño centrado en el usuario y ha establecido un modelo a seguir. IDEO ha publicado un manual de diseño centrado en el ser humano (HCD –*Human Center Design*–) que establece claramente los procedimientos a seguir y las herramientas a utilizar en el caso que una empresa o equipo de diseño aspire a generar innovación. Dicho manual dirige su enfoque en lo que ya es una fuerte tendencia en la administración estratégica para muchas empresas: el “*Design Thinking*”. El manual establece el proceso de diseño basado en tres etapas; escuchar, crear y entregar. Con esta metodología, IDEO ha generado soluciones de diseño a problemas incluso fuera de su contexto tradicional, como por ejemplo entender el consumo en poblados pequeños en Gana, o como ofrecer análi-

sis optométrico para niños en los pueblos de la India, o diagnosticar ayuda auditiva para personas en zonas rurales de la India, además de ofrecer una solución accesible a personas con problemas auditivos.

Lo que estamos detectando es la capacidad del diseño de abordar problemas súper complejos (*Wicked Problems* –Rittel–) y por lo tanto la posibilidad de generar soluciones de diseño a un nivel estratégico. Esta es la posición reciente del diseño, como una herramienta de análisis e intuición que posibilita la visualización de diversos caminos en la construcción de soluciones a problemas sociales, tecnológicos, medioambientales y económicos con el fin de producir bienestar, para las compañías, los usuarios o consumidores, el medioambiente y la sociedad en general.

Volviendo al título del artículo, “diseño es darle sentido a las cosas”, resulta por lo tanto interesante que la solución a un problema similar (ej. visión limitada) de dos usuarios distintos, uno en Estados Unidos y otro en la India deberá dar por resultados dos maneras totalmente diferentes de abordar el problema. Por supuesto, esto tiene cierta lógica y no necesitamos aclarar que el diseño ha sido siempre una actividad situada en un contexto. La diferencia del diseño “tradicional” al diseño actual recae en su visión estratégica, es decir, si queremos resolver el problema de dotar de lentes a las personas que así lo necesitan en las zonas rurales de la India, no sólo debemos pensar en el usuario y sus características culturales, también estarán presentes las condiciones económicas, medioambientales, sociales y políticas. Habrá por lo tanto que pensar en un modelo de negocios que produzca lentes a costos accesibles para este tipo de población, utilizando recursos locales y operando con condiciones de bajo impacto ambiental, capaz de generar un modelo de negocio sustentable en el contexto hindú. Nuevamente nos encontramos con problemas súper complejos que requieren de una visión estratégica donde se tomen en cuenta todos los componentes del sistema y se elabore una propuesta de solución viable económicamente, plausible y sustentable.

Además de estos componentes, entra en juego uno más, el factor emocional. El conocimiento a profundidad de nuestros usuarios y todos los actores involucrados en el problema a estudiar nos lleva a poder entender los diversos modelos mentales bajo los cuales deberán estar supeditados nuestros diseños.

Es decir que la producción de la solución a un problema incorpora también el factor deseable y aspiracional, que asegurará la aceptación de la idea por parte del usuario final.

Soluciones estratégicas que requieren visualizar los componentes de viabilidad económica, factibilidad productiva y deseo o factor emocional, proyectarán productos y servicios que hacen sentido con los modelos mentales de los usuarios.

Sin embargo, en la producción de innovación existe otra visión claramente opuesta al diseño centrado en el usuario. Esta visión sustenta la idea de que la innovación se gesta al interior de las empresas a través de propuestas de nuevos productos y servicios, y no mediante la generación de “*insights*” con los usuarios.

Innovación dirigida por diseño

En su libro *Design Driven Innovation*, Roberto Verganti sustenta la idea de que la innovación radical es un proceso que las empresas italianas han desarrollado y perfeccionado a través de los años y que no depende en absoluto de un profundo entendimiento del usuario. Esta idea se sostiene a partir de lo que Verganti llama los productores culturales o intérpretes, quienes basados en un profundo conocimiento de un aspecto del problema, proponen ideas que al ser entrecruzadas entre varias de ellas el resultado es una propuesta de diseño radicalmente distinta capaz de proponer nuevos significados y crear nuevas industrias. Verganti afirma que vivimos bajo paradigmas (principios compartidos y normas) y que la actividad del diseño es una que siempre está en estado pre paradigmático. Es decir que una vez que se produce una innovación radical, esta sufre de un proceso de aceptación que toma tiempo por parte del usuario meta. Toda vez que hay una clara adopción de nuevos lenguajes y significados entonces esta idea se convierte en un paradigma, reemplazando a viejos paradigmas. Es por lo tanto difícil establecer a través de los usuarios mediante un diseño centrado en ellos la obtención de directrices que guíen al proyecto a resultados completamente innovadores. Las empresas italianas, las que gozan de un éxito basado en el diseño, recurren a

la búsqueda de ideas pre paradigmáticas utilizando intérpretes (expertos en diversos temas) dando como resultado la propuesta de nuevos significados.

Ron Arad introdujo la idea de un librero totalmente innovador con un aspecto fuertemente emocional, donde el significado emotivo replantea la relación de un usuario, un espacio y un librero. Sin embargo, fue la empresa italiana Kartell, quien hace factible dicho proyecto, apoyada primordialmente por el desarrollo de un proceso de manufactura que le confieren al polipropileno ciertas características de un material resilente. Este librero ha sido un éxito comercial y se ha vuelto un producto que claramente refleja los valores de la empresa, nutriendo fuertemente su imagen de marca.

Ya sea a través del diseño centrado en el usuario para resolver problemas súper complejos o a la contratación de intérpretes para producir innovaciones radicales, lo cierto es que se reafirma el objetivo del diseño; *Darle sentido a las cosas*.

Bibliografía

- Verganti, Roberto. *Design Driven Innovation: Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean*. Harvard Business School Publishing, 2009, Boston, Ma.
- Brown, Tim. *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. Harper Collins Publishers, 2009, New York.

El mundo de los diseñadores o diseñadores para el mundo

Mtro. Jorge Ramírez

Jefe Académico de la Licenciatura en Diseño Industrial de
la Facultad de Arquitectura y Diseño
Universidad de Colima, México

Reflexiones en torno a la formación profesional

Existen frases o dichos populares que se utilizan en una conversación, historia o cuento con la intención de dar a entender una idea sin necesariamente expresarlo puntualmente, tal es el caso de “zapatero a tus zapatos” que se suele decir para poner en su lugar a alguien que trata de hacerse el competente en cuestiones que no son de su incumbencia.

En el caso de los diseñadores, las circunstancias de trabajo nos llevan a pisar terrenos que no son propiamente los nuestros, dados los diferentes proyectos que desarrollamos y tras la cualidad formativa interdisciplinaria que nos caracteriza, sin embargo, buscamos apoyarnos en el conocimiento de otros especialistas según sea el caso buscando resolver la problemática en ciernes desde una perspectiva integral.

En el contexto de otras áreas de conocimiento, analizando lo que sucede con la palabra diseño, se aprecia una múltiple aplicación del término, pues diversas disciplinas han adoptado dentro de su léxico esta palabra afectando en gran medida su valor significativo con el mal empleo del término. Desde un punto de vista personal, la cultura del diseño debe tener el respeto conveniente e impulsar el valor esencial de su aplicación, pues el abuso desmedido que

hemos admitido ha ocasionado confusiones, y es importante hacer respetar la disciplina ante las dificultades de identificación que en los medios social y productivo se han presentado.

La formación profesional ha variado su visión respecto a si los estudiantes de una licenciatura deben recibir orientación considerando las cualidades del medio donde se ubique la institución de educación superior, traspasando los límites del contexto geográfico para preparar profesionales con un criterio más general de manera que exista adaptabilidad y se aprovechen mejor las oportunidades de desarrollo personal, iniciando el ejercicio profesional sin importar la ubicación e incorporarse así a la globalización.

Cabe aclarar, que si bien el diseñador industrial no es un todólogo y requiere especializarse después de su pregrado para tener un énfasis de desempeño profesional, también se afirma que tras la globalización en estos días las universidades están visionando que los egresados de diseño puedan insertarse en el campo laboral en cualquier medio que se decida trabajar. Por supuesto esto dependerá de la perspectiva del estudiante porque los límites de crecimiento profesional cada persona los establece, haciendo hincapié en la flexibilidad que las universidades están adoptando en cuestión del perfil profesional donde la decisión estudiantil cada vez toma mayor potencial, de esta manera dependiendo del nivel de comunicación que logre apropiarse, en cuanto a idiomas y manejo de software, del área en que decida desarrollarse, de la posición como diseñador independiente, consultor, o interventor de los sistemas de producción, etc., existirá esa posibilidad de ubicarse en medios que no pertenezcan al de su formación profesional base.

En otro sentido, después de tocar el tema de la flexibilidad curricular, concepto que se está ejerciendo en torno a la formación universitaria, es necesario también recordar otro concepto que desde años atrás se ha estudiado pero que últimamente ha sido centro de atención en varios países latinoamericanos crear o reestructurar planes de estudio, se trata de las competencias profesionales. Su definición dice que *“La competencia profesional es la capacidad de realizar las actividades correspondientes a una profesión conforme a los niveles esperados en el empleo. El concepto incluye*

también la capacidad de transferir las destrezas a nuevas situaciones dentro del área profesional y, más allá, a profesiones afines. Esta flexibilidad suele implicar un nivel de destrezas y conocimientos mayor de lo habitual incluso entre los trabajadores con experiencia” (MSC, 1985).

Indudablemente las competencias profesionales son un factor imprescindible para la formación de diseñadores industriales, y cada institución seleccionará las que mejor considere para la preparación de sus estudiantes de acuerdo a los enfoques que se pretenda manejar; esto contribuirá también a que precisemos nuestro ejercicio profesional “diseñador a tus diseños” pero además para el resto de la población podrá esclarecerse la misión que tenemos para la sociedad.

Libros: Anticuarios o productos de consumo masivo. Incrementar la competitividad de empresas editoriales a través de una efectiva gestión del diseño

M.A. Marea Saldarriaga.

Coordinadora de la Maestría en Diseño Estratégico e Innovación en la Universidad Iberoamericana, Campus Santa Fe. y Directora de Logros Creativos

Este artículo surge del proyecto de investigación realizado para obtener el título MA *Design Branding Strategy* por la Universidad de Brunel en Londres, Inglaterra. La investigación identificó las tendencias emergentes de la industria editorial inglesa y analiza el rol potencial del diseño en la transformación de los procesos de gestión de una empresa editorial para incrementar su crecimiento y competitividad.

Se descubrió que las empresas editoriales inglesas cohabitan en un ambiente extremadamente competitivo que va más allá de la industria editorial expandiéndose a otros medios de información y entretenimiento. Esto abrió una oportunidad para crear un marco conceptual para la gestión efectiva del diseño en el sector editorial propiciando su innovación.

La estructura de la metodología consistió en una profunda investigación de la extensión en la que las empresas editoriales de Inglaterra utilizan al diseño en su máximo potencial. Este objetivo se cumplió a través de un análisis sistemático de la gestión de las competencias de diseño en diversas empresas editoriales, se diseñó una herramienta de medición de la utilización del diseño

en la industria. Esta herramienta se aplicó a seis empresas editoriales que destacaron por su posicionamiento en el mercado editorial inglés.

Las auditorías de diseño ilustran una gran variedad de situaciones, reflejando las variaciones en la madurez de diseño alcanzada por las empresas ya que van desde utilizar al diseño como el último toque que se le da al libro antes de que llegue al mercado hasta la utilización del diseño de formas más estratégicas.

Se detectaron dos acercamientos hacia la utilización del diseño: el primero, fue un *acercamiento holístico hacia el diseño*, consta de una amplia visión del diseño, lo considera como algo extremadamente importante, lo percibe como una parte integral de un acercamiento multidisciplinario al desarrollo de libros, existe una buena comunicación e interacción entre departamentos, invierte significativamente en diseño, comparte amplia información del mercado para el diseño de libros, brinda a los diseñadores libertad creativa extensa y promueve la integración del pensamiento de diseño en el proceso de desarrollo de libros.

El siguiente acercamiento detectado, fue un *acercamiento aislado hacia el diseño*, no lo considera como un tema estratégico, lo percibe como solo una pequeña parte del proceso en el proceso de desarrollo de libros, tiene una visión limitada del diseño, experimenta una pobre comunicación e interacción entre departamentos, su acercamiento hacia el desarrollo de libros tiende a ser individualista, no invierte suficiente en diseño, provee poquísima información del mercado para el diseño de nuevos libros, limita la creatividad de los diseñadores y menosprecia el potencial del diseño, para contribuir estratégicamente en el proceso de desarrollo de libros.

Hay una oportunidad para maximizar el potencial del diseño, las empresas editoras deben comprender que el rol del director del departamento de diseño debe evolucionar de ser utilizada estrictamente de forma estética a contribuir estratégicamente para construir marcas editoriales líderes.

El rol del director del departamento de diseño debe estar presente en etapas más tempranas del desarrollo de libros. Particularmente, debe ser responsable por la definición y mantenimiento de los valores que diferencian a los

libros propios de los de la competencia, asegurando la manutención de la visión corporativa. En general, el rol debe involucrarse con el desarrollo de la estrategia del negocio y debe enriquecer los factores de diseño y *branding* que la construyen.

Para poder retener a los mejores empleados las empresas editoriales deberán reinventarse a través de la creación de infraestructura más flexible y propiciar una cooperación más cercana entre departamentos y sobre todo deberán contar con líderes que inspiren y difundan la visión de la compañía en una forma estimulante a todos los miembros de la empresa. Si todo lo anterior se cumple resultará en una experiencia motivacional para los empleados y como consecuencia serán más productivos.

En lugar de ir pisando los talones de los competidores reaccionando a sus estrategias y de depender demasiado en sus autores deben encontrar su propia diferenciación. Deben poner mayor atención a las necesidades de sus consumidores y tratar de sacar lo mejor de su activo más valioso: las habilidades de sus empleados. Deben brindar valor a sus clientes, a sus empleados y a la comunidad en la que cohabitan.

Las empresas editoriales deben diferenciarse a través de su cultura corporativa y no sólo a través de sus productos. Al tener una visión única y un acercamiento fresco hacia el proceso de diseño, publicación y distribución de libros será más difícil que los competidores copien sus estrategias.

La complejidad de propiciar innovación empresarial a través del diseño fue sorprendente, por lo mismo la utilización de casos de estudio de compañías creadoras de productos de consumo masivo fueron sumamente útiles en la investigación. Se encontraron paralelismos interesantes entre los libros y productos de consumo masivo.

La investigación de estos casos de estudio propició el entendimiento del rol que juega el diseño para encaminar a una compañía hacia la innovación. También apoyó en el desarrollo de guías para la implementación de un marco conceptual para la gestión efectiva del diseño en el sector editorial.

Una compañía liderada por el diseño tiene un gerente de alto rango responsable por el diseño y un consistente y coherente manejo de sus competencias de diseño.

La naturaleza de la cultura de diseño está directamente relacionada con el éxito o fracaso de una compañía en la implementación de su estrategia de diseño. Es por esto que es sumamente importante que el Director General de la empresa apoye el diseño desde arriba y debe cultivar los recursos creativos de la empresa y aplicarlos creativamente a través de toda la organización.

A pesar de que se descubrió que el diseño tenía un gran rol que jugar en hacer más innovadora la cultura corporativa. La innovación no sucede sólo con diseño, requiere una gran cantidad de trabajo en equipo, y requiere de diversos sucesos, desde integrar diversas perspectivas en el proceso de desarrollo de libros hasta establecer estrategias apropiadas de mercadotecnia y publicidad de los libros a comercializar.

La competitividad en diseño no beneficia sólo a la función de diseño sino que puede aplicarse en otras áreas del negocio para resolver problemas específicos como la gestión de interactividad humana, desarrollo de nuevos productos y la exportación de libros.

Adicionalmente, se investigaron formas para cuantificar la influencia de utilizar al diseño como una herramienta estratégica en el desempeño financiero de la casa editorial.

Esto se logró a través de una comparación sistemática de la forma en que diversas empresas editoriales inglesas utilizaban sus recursos de diseño, su desempeño financiero y la percepción externa de las marcas.

Los descubrimientos de la investigación apuntan hacia diversas oportunidades para futura investigación de la maximización de recursos de diseño para propiciar la innovación en empresas editoriales en países de Latinoamérica.

Contacto: mareasaldarriaga@logroscreativos.com

El mueble como arte-objeto

Mtro. Luis Díaz
Artista guatemalteco

Recuerdo de recuerdos

A principios del siglo XX, en las profundidades verdes del altiplano guatemalteco, seguramente en Totonicapán, los indígenas iniciaron la prefabricación de muebles económicos, bancos, mesas, sillas, armarios y utensilios de cocina, para las familias y negocios humildes con la madera blanca, suave, liviana y resistente de sus bosques de pino blanco. Son muebles desarmados por partes que al llegar a su destino son pegados y puestos a funcionar. Por medio del mecapal, buscando mercados en los alrededores y después con carretas y por último con camiones cargados, en especial los mercados de toda la República y parte de Centroamérica. Esta humilde pero maravillosa e increíble idea anticipa por mucho la industrialización, asunto que nadie ha investigado hasta la fecha.

A principios de 1960, ingresan los guatemaltecos educados en Estados Unidos Carlos González Leiva (Bonseki) diseñador de muebles y Daniel Schafer, diseñador en artes gráficas y serigrafías, inmediatamente los conozco y cultivo su amistad y conocimiento. A Carlos González lo acompañé desde los inicios en su taller de muebles y lo veo poco a poco edificar su extraordinaria colección de muebles, silla, sillones, mesas, trinchantes y salas completas de muebles modernos y estilizados en su diseño con secciones livianas gracias a la dureza y resistencia de nuestras maderas preciosas como caoba, cenicero y jocote fraile, con acabados por saturación con aceite de teka o linaza quemado y tapicerías simples y muy funcionales con nuestras telas típicas procesadas por “Jimmy Tex”, en medio intelectual de arquitectos como Nuco Novella, Coco

Molina, Max Holzheu, Tavo Anzuetto y Roberto Ogarrio, los decoradores de interiores Nanny Echeverría, Pat y Olga Andrews, diplomáticos, funcionarios extranjeros, además de intelectuales locales.

En 1960 conozco también y cultivo amistad y conocimiento con el ebanista don Bruno Arango, constructor de los cielos encofrados del Palacio Nacional y su fábrica de muebles de estilo.

En ese maravilloso y único medio de los setentas empiezo a desarrollar los modelos de mis propios muebles no sin antes adquirir una sólida cultura de los diseñadores de muebles americanos y europeos desde Mies Van Der Roë y su sillón Barcelona de 1928. Gropius, Breuer, Alvar Alto, Le Corbusier pasando por Frank Lloyd Wright, Bertoina, Charles Eames, Philip Johnson en revistas especializadas que Max Holzheu coleccionaba en su oficina de arquitectura tanto como en la Biblioteca de Carlos González en su oficina “Diseños” con la mesa de dibujo a la par en su fábrica Bonseki de la zona 15. Otro personaje que también visito una que otra vez es el tapicero Roberto Herrera que se prodigó en Bonseki. Me sentaba a verlo cortar y armar sus cojines con entretela de manta y vistosas y alegres telas típicas.

Tengo el sano hábito de sentarme en todo tipo de muebles que me interesan, en tiendas especializadas nacional e internacionalmente, como la mejor manera de aprender diseño ergonómico. A finales de los sesentas, se termina el Centro Cívico de la ciudad, proyecto de arquitectos guatemaltecos graduados en el exterior. Jorge Montes, Roberto Aycinena, Raúl Minondo, Pelayo Llavina, Carlos Haussler y su séquito de artistas muralistas guatemaltecos como Mérida, Vásquez, González Goyri, Mena y Recinos.

Es en esta época también, que junto a Danny Schafer abrimos la Galería de Arte DS y compartimos con artistas de la talla de Cabrera Abularach, Quiroa, Rojas, Recinos y algunos más. Todos amigos de todos. Músicos, teatristas, actores hasta de la época del Community Theater y del Teatro del Puente de Smith-Mini, dramaturgos como Hugo Carrillo, Arce, Galich y el Grupo Diez. En este medio, el entusiasmo y profesionalismo de Carlos González se hacía sentir, diseñando escenografías, usando sus propios muebles. También

diseñaba y producía mobiliario para instituciones bancarias; fue directivo del Teatro Nacional y muy activo en el Patronato de Bellas Artes.

Como parte de otros “muebleros” que usaban patentes y máquinas dobladoras de tubo, quiero mencionar a don Julio Del Pinal, querido amigo, a quien le diseñé y construí una casa de campo en San José Pinula, en medio de nueve manzanas sembradas de fresa en 1971, ambiente paradisíaco. Don Julio fabricaba su empresa DPK mobiliario desde los años cincuentas.

Todavía he visto sus magníficos muebles funcionando en clínicas, despachos o zapaterías en toda la República. Al igual, merece mención especial el taller de muebles en caoba del arquitecto Fernando “Mono” Herbruger, ubicado en la zona 10 de la ciudad.

Hoy por iniciativa de Ian y QK González, en base a una muy completa colección de dibujos, planos y muebles de su padre Carlos González Leiva, se lleva a cabo esta exposición en la que se mostrarán varias piezas, diseños originales construidos bajo su estricta supervisión. A esta actividad me sumo con entusiasmo y participo con cinco de mis propios diseños con el afán y el orgullo de ser parte de esta primerísima exposición de diseño de muebles guatemaltecos, que gracias a Arte Centro Paiz se presentara de mediados de octubre a mediados de diciembre del 2008. Queda este catálogo como documento de consulta para las futuras generaciones e invitación para visitar sus instalaciones, con características museográficas de primer orden en el centro histórico de nuestra ciudad.

Esta muestra está dedicada a toda la juventud creadora y soñadora de nuestras universidades y escuelas de arte, carpinteros, tejedores, tapiceros y artesanos guatemaltecos. Muchas gracias por la atención a esta actividad y las disculpas de ley para algunos diseñadores o talleres de muebles que escapan de mi memoria.

Luis Díaz

Luisdiaz.agrup@gmail.com

Guatemala, Mixco, octubre del 2008

Luis Díaz (1939)

Medio siglo de trabajar en diversas disciplinas; dibujo, grabado, pintura, escultura, muralismo, arte conceptual, arquitectura y diseño de muebles. Ha realizado montajes ambientales y dictado diversas conferencias ilustradas. Sus exposiciones personales suman más de cincuenta y las colectivas son innumerables. Ha representado al país en varias bienales internacionales en diversos países de América y Europa. Recientemente publicó *El Gukumatz en persona*, un documento muy completo de su obra.

Luis Díaz siempre ha mantenido una importante relación con la arquitectura y ha experimentado de diversas formas con la combinación de la madera y el metal. Ha trabajado con planchas combinadas sobrepuestas o pegadas y también ha construido piezas con la ayuda de herrajes hechos a la medida. El resultado logrado son ensambles y articulaciones en un estilo que puede ser reconocible.

En muchas de sus obras el juego con la escala humana ha jugado un papel determinante; si bien a veces ha buscado el contraste, en otras ha buscado la integración. Esta última se refleja en muchas de las piezas únicas que ha realizado especialmente para sus diseños arquitectónicos.

Esta muestra presenta algunas de ellas.

Adrián Lorenzana G.



El proyecto de Inteligencia Móvil Internacional, IMI

D.I. Juan Carlos Noguera
Universidad Rafael Landívar

El proyecto de Inteligencia Móvil Internacional, IMI (www.intelligencetmobility.org), está dedicado a proveer a personas de escasos recursos en países como Guatemala, con sillas de ruedas durables, ergonómicamente apropiadas, y fáciles de reparar, adaptadas al terreno de nuestro país y a las necesidades de nuestra gente.

Nace en el año 2007, en un curso colaborativo del departamento de Diseño Industrial de la Facultad de Arquitectura y Diseño, entre la Universidad Rafael Landívar, el Instituto Tecnológico de California (CALTECH), y el Art Center College of Design, en Pasadena, California, EEUU.

Estudiantes de este curso, a cargo del Decano Ovidio Morales, tuvieron la inquietud de crear una silla de ruedas a base de piezas de bicicleta, porque son fáciles de encontrar en cualquier parte del mundo, son durables, y de accesible precio.

Luego de dar algunos primeros pasos, en el año 2008 el entonces estudiante de diseño industrial Juan Carlos Noguera (www.no.com.gt) se une al grupo, primero como voluntario, y luego como coordinador del proyecto en Guatemala.

Trabajando con talentosos técnicos de la Asociación Transiciones, en Antigua Guatemala (organización dedicada al servicio del discapacitado en Guate-

mala), se diseñó el modelo IMI/transitions ONE, una silla de ruedas fácil de fabricar, muy durable, adaptada a las necesidades del guatemalteco, y que utiliza varios componentes de bicicleta, haciendo su mantenimiento muy económico y fácil, no importa donde se encuentre su usuario.

El primer modelo es una silla plegable para su portabilidad, con un acabado powder-coat resistente a la corrosión, tapicería 100% impermeable y lavable, y ruedas y llantas neumáticas de bicicleta, que le proporcionan al usuario la capacidad de transitar por cualquier terreno.

Actualmente, Juan Carlos se encuentra a cargo de un programa piloto que promete mantener una producción continua de sillas de ruedas, en el taller de la Fundación Transiciones (www.transitionsfoundation.org) y distribuir las gratuitamente a quienes más las necesiten. Se han entregado ya casi 100 sillas desde el inicio de producción en octubre del año pasado, y se espera un crecimiento exponencial del alcance de la organización, mientras crezca el apoyo hacia la causa y las donaciones monetarias.

Las personas discapacitadas de nuestro país, así como de muchas partes del mundo, han sufrido no sólo su condición de salud, sino discriminación e desigualdad de oportunidades durante mucho tiempo. IMI es un buen ejemplo de cómo estudiantes y profesionales, en este caso a través del diseño, pueden hacer una diferencia en la vida de las personas, aplicando su conocimiento y esfuerzo en programas con proyección social.

Sobre la práctica del diseño en Australia

D.I. Magaly Martell

Directora Departamento Diseño Industrial URL

1994-1996

Australia es un país aún muy joven. Esto hace que el diseñador australiano no sufra las reglas restrictivas de otras partes del mundo en donde la historia es más larga, el diseño está muy establecido y en donde los diseñadores pueden ajustarse o reaccionar, pero nunca escapar de la historia. El pensamiento lateral y la actitud empresarial de muchos diseñadores australianos tiene sus orígenes en la misma cultura australiana, porque desde los primeros habitantes aborígenes hasta los más recientes emigrantes de muchas partes del mundo en conflicto, los australianos desarrollan la capacidad de aprovechar lo que se tenga a mano, convirtiendo con frecuencia el aislamiento en ventaja, e innovando constantemente para adaptarse al inhóspito ambiente de este continente, con una actitud libre, confiada y casual.

La relativa pequeña población australiana significa un mercado local muy limitado. Por eso los diseñadores australianos, o consideran los mercados extranjeros y diseñan para exportar, o conscientemente desarrollan productos que son viables en pequeñas cantidades, dirigidos a sectores particulares dentro del mercado local.

De acuerdo con *Object: Australian Centre for Craft and Design*, (www.object.com.au) pueden ya observarse algunos modelos consistentes en la práctica de diseño en Australia. Uno de ellos agrupa a un alto porcentaje de diseñadores que han surgido de o que mantienen una artesanía, como cerámica, joyería, trabajo en metal, textiles o vidrio. Muchos de ellos navegan con confianza entre el arte y el diseño, trabajando tanto en piezas únicas como en productos

para fabricación en masa. Estos diseñadores están interesados en el contenido expresivo de su trabajo como en su uso final. Su experiencia en el campo artesanal les otorga un alto conocimiento de las características de los materiales con los que trabajan. Esto les permite diseñar para series limitadas o para producción en masa con una profunda comprensión de las tolerancias y del potencial del material que conocen en particular, con resultados magníficos.

Otro modelo característico es el del diseñador-fabricante, que surge de la limitada base de fabricación en Australia. Estos diseñadores están interesados en la producción interna sostenible más que en la creación de objetos únicos, desarrollando la capacidad de diseñar objetos que puedan ser producidos en volúmenes limitados conforme sean requeridos, con el mínimo de instrumentación o montaje, manteniendo así un nivel de producción que puede ser ajustado para satisfacer la demanda de mercado. No todos los diseñadores-fabricantes han escogido este modelo. Para muchos ha sido simplemente una necesidad. Ha sido una forma de ganar exposición, de sacar sus diseños al mercado.

Hay también un grupo de diseñadores que comercializan sus productos bajo su propia marca, pero subcontratan su fabricación dentro o fuera de Australia, con fabricantes especializados de la más alta calidad. Sus diseños están orientados al consumidor de alto poder adquisitivo, buscan el más alto nivel de calidad de acabado en sus productos y generan ediciones limitadas.

Algunos diseñadores australianos optan por diseñar para otras compañías, sin interés en fabricar ellos mismos o en invertir en tener objetos producidos bajo su nombre. Su clientela entonces puede estar en cualquier parte del mundo. Venden sus ideas de diseño a varios fabricantes en el mercado global, y sus ingresos son por pagos por regalías. Estos diseñadores necesitan ser muy creativos tanto en las ideas de diseño como en las formas de atraer la atención de fabricantes potenciales. Invierten en participar en competencias importantes de diseño o en las principales ferias de diseño mundiales, presentando prototipos de alta calidad de productos especulativos, que llamen la atención de grandes fabricantes o atraigan a revistas prestigiosas de diseño. Para tener éxito necesitan establecer un buen perfil, y apoyarlo con un portafolio de excelentes ideas.

Finalmente están las empresas a gran escala, que han desarrollado marcas de diseño reconocidas local e internacionalmente. Tienen el control del diseño, la producción y el mercadeo y distribución de sus productos. Aquí se agrupan marcas como Speedo, Rip Curl, Billabong y Mambo, y Breville, un buen ejemplo de diseño industrial australiano en electrodomésticos.

El diseño australiano y su práctica reflejan pues, el contexto de este interesante país, con su aislamiento, su juventud y su extraordinaria diversidad cultural, que aseguran una rica fusión de influencias con ingredientes locales para crear híbridos frescos y diversos para el mercado local y global.

Diagnóstico urbano-arquitectónico

Arq. Mario Noel Mansilla

Coordinador del Programa Desarrollo Urbano-Arquitectónico (DUA)
Instituto de Investigación en Diseño (INDIS)

**“Herramienta de gestión en los procesos de Mejoramiento de Barrios”
Caso de aplicación: Asentamiento “La Paz”, Villa Nueva, Guatemala**

En la última década las ciudades latinoamericanas han experimentado muchos cambios de tipo social, cultural, económico y territorial, han crecido de forma exponencial y su expansión ha visto superado los límites políticos administrativos municipales; han sobrepasado en algunas ocasiones las barreras físicas morfológicas del territorio (barrancos y montañas), que servían de limitante físico y marcaban el borde máximo en el crecimiento urbano.

La ciudad de Guatemala no ha quedado exenta de esta condición; la expansión urbana, que presenta actualmente es una gran mancha que con un ritmo constante y a veces acelerado, se apodera del territorio; espacio que en muchas ocasiones resulta ser un territorio vulnerable y frágil, respecto a las condiciones de ser habitado.

Dicho apoderamiento territorial se manifiesta hoy día en la ciudad bajo dos circunstancias, por un lado, las propuestas urbanísticas “planificadas” apellidadas “formales” y las realidades “espontáneas” producto del mercado informal del suelo, ambas circunstancias responden a la demanda de tierra para vivir.

El tener acceso a un suelo bien servido, económicamente asequible y cerca de los núcleos de desarrollo, actualmente es el objetivo que los ciudadanos perseguimos, sin embargo la oferta no ofrece del todo estas características; o

se paga mucho por el suelo; o se encuentra muy lejos de la ciudad a un mejor precio, con las implicaciones de desplazamiento que puedan darse o bien no cuentan con la infraestructura básica necesaria de habitabilidad.



Vista aérea del área metropolitana de Guatemala

Expansión de la mancha urbana

<http://static.panoramio.com/photos/original/9986443.jpg>

Estos factores han incidido de forma especial en la ocupación del territorio en áreas vulnerables a riesgo y hasta cierto punto aislada del resto de la dinámica territorial. En el año 2000, se tenían contabilizados más de 350 asentamientos en estado de precariedad en el área metropolitana de Guatemala, este dato ha tenido variaciones a lo largo de los años, sin embargo la constante se ha mantenido a la fecha, muchos de estos asentamientos han dejado de serlo debido a factores como la situación legal sobre la tenencia de tierra y a programas integrales de mejoramiento de barrios.

El mejoramiento de barrios es una dinámica urbano-social que busca, a través de estrategias, implementar acciones que aumenten la calidad de vida de las personas, para vivir bien. Dichas acciones deben ser inclusivas y equitativas, de manera que las personas que forman parte de estos barrios se vean y se sientan parte de un mismo territorio y de una misma red social.

Las acciones que pueden plantearse son diversas en temática, tiempo e impacto, no obstante cada una tiene una implicación o vinculación con la otra, que hace que la estrategia en la mejora de los barrios, tenga un enfoque integral.

Desde el punto de vista urbano-arquitectónico, el mejoramiento de barrios, constituye un aspecto importante dentro de la comunidad, puesto que todas las acciones que se implementen para contribuir en mejorar la imagen urbana del asentamiento, se reflejan en el apoderamiento del ciudadano para con su espacio cotidiano y, por ende, valoricen su comunidad.

El proceso de mejorar un barrio es una tarea que lleva implícita varios factores, uno de ellos es realizar un diagnóstico en el que se identifique la problemática que presenta la comunidad. Este procedimiento básicamente consiste en una radiografía del territorio y las dinámicas que en él se manifiestan.

Existen hoy día una variedad de diagnósticos y metodologías para realizarlos, sin embargo es importante apuntar que el diagnóstico urbano-arquitectónico, incide de forma directa en el tema del mejoramiento de barrios y la metodología más conveniente es la que incluya la participación ciudadana.



Mejoramiento de Barrio. Guayaquil, Ecuador
http://urvia.org/peru/files/rguaya_imagen.jpg

Actualmente el Programa de Desarrollo Urbano-Arquitectónico del Instituto de Investigación en Diseño, de la Universidad Rafael Landívar, está desarrollando una guía metodológica y un manual de diagnóstico urbano-arquitectónico participativo para asentamientos en estado de precariedad; dicho manual constituye una herramienta efectiva en los procesos de gestión urbana, puesto que los resultados y la interpretación que de allí se obtienen, tienen un fundamento técnico que apunta los niveles prioritarios de intervención en relación con los niveles de precariedad urbana y habitacional.

El manual de diagnóstico es una herramienta que permitirá conocer la situación actual de los asentamientos precarios a través de la recopilación de información bibliográfica, cartográfica y de campo, con la participación de los diferentes actores interesados en la regularización de cada centro poblado a evaluar e identificar de manera general los problemas a nivel urbano-arquitectónico del área; con la finalidad de evaluar cada una de las situaciones identificadas y clasificar por niveles de prioridad los problemas encontrados.

Busca además facilitar la realización de un diagnóstico participativo en el aspecto urbano-arquitectónico en los asentamientos precarios siendo un instrumento técnico de fácil aplicabilidad que pueda justificar, orientar, apoyar y recomendar las posibles intervenciones a nivel urbano y arquitectónico que se desprendan del análisis, interpretación de resultados e identificación de escenarios.

El objetivo principal es entonces lograr un diagnóstico, resultado de un proceso participativo en el que se identifique la situación actual del asentamiento en el ámbito urbano y arquitectónico, a través de una herramienta técnica.

El manual de diagnóstico urbano-arquitectónico incluye tres ámbitos:

Ambiental Socio-económico, Infraestructura y vivienda



Cada uno de los ámbitos contemplan indicadores medibles y verificables en torno a los énfasis de: riesgo vulnerabilidad para el tema ambiental; pobreza urbana para el socio-económico y calidad del hábitat para infraestructura y vivienda.

Por último resaltar la importancia que tiene la realización de un diagnóstico en los ámbitos urbano y arquitectónico, como instrumento en los procesos de gestión para el mejoramiento de barrios y la correspondiente metodología adoptada, en torno a esto el Manual de Diagnóstico Urbano-Arquitectónico para Asentamientos en Estado de Precariedad, se convierte en una herramienta ad hoc tanto para las comunidades y organizaciones internacionales, interesadas en apoyar iniciativas de mejora urbana como para los propios gobiernos locales, interesados en ejecutar políticas públicas vinculadas a mejorar la calidad de vida de los habitantes, a través del mejoramiento de barrios en el marco de la gestión urbana.



Regeneración urbana Malecón 2000, Guayaquil, Ecuador
http://3.bp.blogspot.com/_kpoz6I_7a0A/R_T7maPv-tI/AAAAAAAC4U/BKCDfk9vc6M/s320/Imagen1.jpg

El diseño como herramienta de empoderamiento: el caso de Diseño sin Fronteras en San Juan La Laguna

Mónica Berger

Directora Ejecutiva Asociación Ati't Ala'

En el mundo de la cooperación para el desarrollo se han acuñado términos para expresar sintéticamente ideas complejas que implican enormes retos. Uno de estos es el término “desarrollo sostenible”, que implica la noción de que exista de todo, para todos, todo el tiempo. Nacido en el ámbito ambiental para obligar a incorporar las “externalidades económicas” dentro de los modelos tradicionales de crecimiento económico, ha llegado a entenderse como un compromiso transgeneracional e integral.

Sin embargo, el modelo de desarrollo sostenible lo que ha permitido trazar es un horizonte deseable, la utopía del siglo XXI, desarrollada en una época en la que la humanidad aún no estaba plenamente consciente de los enormes cambios globales a los que nos deberíamos enfrentar. Ahora entendemos mejor los grandes retos planteados por el crecimiento demográfico, las crisis financieras, el cambio climático o el acomodamiento de fuerzas políticas, haciendo evidente que se requiere de herramientas básicas para siquiera optar a la sostenibilidad futura. Lo que pasa hoy en Wallstreet repercute mañana mismo en las pequeñas poblaciones rurales de Guatemala. La variabilidad climática local, producto de un cambio climático propiciado a escala planetaria, puede destruir los medios de vida de millones de habitantes guatemaltecos en unos días. Por esta razón es que los enfoques de sostenibilidad requieren

de nuevas herramientas. Una de éstas consiste en incorporar el concepto de construir resiliencia en los sistemas socioambientales.

Desde la perspectiva de la Asociación Ati't Ala', la resiliencia adaptativa es un concepto autoreferente que se define como la capacidad de un sistema de sobreponerse a elementos desestabilizadores, adaptándose a nuevas condiciones exitosamente sin depender de ayuda externa para lograrlo. Este debe ser el verdadero reto de la cooperación para el desarrollo: facilitar la construcción de resiliencia adaptativa en las poblaciones y sistemas socioambientales donde se interviene. Esto es lo que el programa Diseño Sin Fronteras ha significado en la cooperación con el equipo de Ati't Ala' en San Juan La Laguna, Guatemala.

El programa Diseño Sin Fronteras-Guatemala es una alianza entre la Fundación Noruega de Diseño y Arquitectura (Norsk Form) y el Instituto de Investigación en Diseño (INDIS) de la Universidad Rafael Landívar. El programa está fundado con la convicción que los diseñadores tendrán una contribución significativa que apunta hacia una sociedad sostenible, facilitando el aprendizaje mutuo y la cooperación intercultural entre diseñadores noruegos y guatemaltecos.

Desde el año 2004 hasta la fecha, San Juan La Laguna, municipio ubicado en la cuenca del lago Atitlán en el altiplano central de Guatemala, ha sido anfitrión de cuatro diseñadores industriales asignados por el programa Diseño Sin Fronteras en períodos de quince meses cada uno. Con el tiempo se ha consolidado un programa de diseño e innovación textil orientado a fortalecer las capacidades de las mujeres artesanas en la comunidad. La meta del Programa Microempresarial de Ati't Ala' dentro del cual se ha ejecutado el apoyo de Diseño Sin Fronteras, ha sido mejorar los ingresos de las mujeres mediante el aumento de sus ventas, para lo cual los diseñadores han trabajado en fomentar el desarrollo de productos únicos de excelente calidad, haciéndolas más eficientes en un mercado competitivo.

La diferencia con otros proyectos de diseño que se han ejecutado en el país, consiste en que los noruegos aceptaron el reto de enseñar a las mujeres elementos del proceso de diseño, trasladando herramientas y metodologías para estimular la creatividad local, de forma que cada tejedora pudiera convertirse

en un nodo innovador capaz de adaptarse a los cambios en el mercado. Esta ha sido una tarea larga. El camino más común es el de enviar a los “expertos” a hacer nuevos diseños para un mercado específico, enseñar a las mujeres cómo copiarlos y esperar a que se vendan. Este tipo de proyectos desarrollan dependencia en factores externos que no siempre estarán disponibles. Los costos son altos. Además, cuando termina la “cooperación”, los programas fracasan con el primer cambio en la demanda o la moda. La experiencia con Harald, Heidi, Johan y Synne, de Diseño Sin Fronteras, ha sido ejemplar. Estos comprometidos diseñadores han desarrollado un proceso que ha permitido a las mujeres tz’utujiles de San Juan La Laguna, y otros pueblos aledaños, convertirse en sus propias diseñadoras. Hoy día uno puede escuchar a Doña Graciela Mendoza hablar de pantones, controles de calidad, fibras y técnicas nuevas con diseñadores nacionales y extranjeros, explicando el origen de sus más recientes creaciones en telar de cintura. El valor agregado del proyecto es enorme, pues ha propiciado el sincretismo tecnológico, es decir, un intercambio de conocimientos en dos vías que ha permitido encontrar un punto vinculante entre conocimiento ancestral Maya y tecnología moderna. Esto puede verse claramente en la línea de productos diseñados bajo la marca Zumos (www.loszumos.com).

La cooperación con Diseño sin Fronteras es un genuino ejemplo de construcción de resiliencia comunitaria, pues las mujeres capacitadas han podido sobreponerse con mayor eficiencia a los constantes cambios en el mercado textil, sintiéndose capaces de construir su propio desarrollo. La intervención ha sido sistémica. Una importante lección aprendida es que resultados de este tipo no se obtienen en uno o dos años, por lo que los socios institucionales que trabajan en “desarrollo” deben entender el valor de invertir en procesos que producen resultados más tendientes a la sostenibilidad. Agradecemos a Diseño sin Fronteras, programa coordinado por el Instituto de Investigación en Diseño de la Universidad Rafael Landívar y la fundación noruega Norsk Form, por ser aliados valiosos en la construcción de puentes que han vinculado a las mujeres tz’utujiles con nuevas oportunidades para mejorar su calidad de vida, y muy especialmente, por trabajar a nuestro lado con pasión para hacer de la resiliencia adaptativa una realidad en este proyecto.

La poética escenográfica y el diseño visual

M.A. Sandra Monterroso

Instituto de Investigación en Diseño, INDIS

“La poesía es el arte de hacer imágenes”,
Goethe

Actualmente se conoce como diseño escenográfico a todos los aspectos tales como la decoración, el vestuario, la iluminación, el sonido, el maquillaje como elementos necesarios para crear la puesta en escena de una obra teatral, una película, un espectáculo de televisión, un show de modas, una exposición, una fiesta, un concierto o un espectáculo en vivo.

El diseño de la escenografía nace de la historia misma del teatro en el arte y en la cultura y de la inserción de la arquitectura y el diseño en estos ámbitos e inevitablemente inmersa dentro de la práctica teatral bajo los parámetros socioculturales de la época. El origen griego y etimológico de la escenografía está compuesto de la palabra escena –skené– que originalmente era una humilde construcción en donde los sacerdotes griegos se cambiaban la indumentaria para los distintos rituales dionisíacos, luego la skéné pasó a ser una elaboradísima construcción en piedra con pinturas sobre superficies livianas, por eso se le consideraba la *descripción gráfica* –graphos– de la skéné. Esta *descripción gráfica* de la escena sobre una humilde construcción liviana hace más de 2,500 años es la madre de la escenografía.

A partir del Renacimiento dentro del teatro olímpico de Venecia el arquitecto Andrea Palladio, diseñó un escenario de madera a disposición de los cánones de la perspectiva lineal y la ilusión óptica de las calles y paisajes renacentistas. A partir de que la pintura de la perspectiva ofreciera diferentes ángulos de representación surge el oficio del escenógrafo-pintor quien debía mostrar un realismo

total. Durante los siglos XVII y XVIII los recursos escenográficos se basaban principalmente en el desarrollo del bastidor y la perspectiva, para el siglo XX hay una reacción contraria y la representación teatral se ve influenciada por los movimientos de vanguardia dejando de lado la representación real, buscando lo espiritual y el inconsciente; escenógrafos como Stanislawky, director del Teatro de Arte de Moscú, Gordon Craig en Inglaterra y el suizo Adolf Appia revolucionaron la puesta en escena. En su obra *La obra de arte viviente*, Appia concreta el tiempo abstracto a partir de revisar la estética wagneriana, comprendiendo el teatro no sólo como un medio de expresión verbal sino plástico y sonoro. Appia como escenógrafo parte del repudio a los decorados de papel pintado, de las falsas perspectivas heredadas del Renacimiento, tomando en cuenta que en el medio escénico la acción teatral va a desarrollarse bajo elementos tridimensionales potenciadores del juego (para los actores) a los que la luz concede su valor decisivo.

“Todas las tentativas de reforma escénica tocan este aspecto, es decir, la forma le da a la luz su potencia total y a través de ella, al actor y al espacio escénico su valor plástico integral”¹. De Jacques Copeau, Antonin Artaud a Jean Cocteau, todo el teatro moderno y contemporáneo parte de él, a partir de Appia, la puesta en escena es la configuración de un texto o una música, dotada de sensibilidad por la acción vivida del cuerpo humano.

Rayuela Teatro independiente desde 1998 ha realizado más de quince producciones de teatro, obras para todas las edades y en diversos formatos, del teatro clásico al teatro contemporáneo, en 2009 necesitaban una puesta en escena para el montaje de la obra de teatro *La Edad de la Ciruela*, del dramaturgo argentino Arístides Vargas que le diera a la escenografía una distinción ante las otras puestas en escena que se han trabajado a nivel latinoamericano. Con Mercedes Fuentes como directora no fue difícil proponer un concepto que no se basara en el tópico o lugar común para la representación escénica ya que ella ha sido minimalista en su escenografía y vestuario, relacionando los sucesos dramáticos con el uso del espacio.

1 «Acteur, espace, lumière, peinture, A. Appia, in Theatre Populaire, enero-febrero 1954, núm. 5, p. 38, París. La luz es, en la economía representativa. lo que la música en la partitura: el elemento expresivo opuesto al signo. (La musique et la mise-en-scene, A. Appia, p. 55. Berna, Theaterkultur Verlag, 1963).

El diseño de escenografía de *La Edad de la Ciruela* para Rayuela, teatro independiente de Guatemala, parte de este principio, se trabaja el texto como discurso visual aplicando el uso de la retórica para el proceso de diseño y de esta manera poder elaborar elementos conceptuales para las distintas piezas que fueron diseñadas, pero como lo indica Frascara, tratando de lograr una función social y comunicativa². El proceso de diseño duró de enero a septiembre del año 2009, durante el cual se realizaron los siguientes pasos:

- a. Lectura y análisis del libreto.
- b. Recopilación de información y marco de referencia.
- c. Documento en video y fotografía de los ensayos de la obra para poder obtener referencia real y poder analizar los movimientos, los cambios, los tiempos y los colores.
- d. Análisis del auditorio (grupo objetivo) realizando un análisis de los resultados de la Primera Encuesta del Público de las Artes Escénicas en la Ciudad de Guatemala elaborado por Álvaro Rodas³.
- e. Se estudiaron los tópicos o lugares comunes que de lo literario de la obra se han utilizado como elementos de escenografía: el árbol de ciruela como signo más recurrente, jardín, maletas y relojes, los cuales se han utilizado como elementos figurativos y no abstractos.
- f. Como marco teórico de diseño la propuesta está basada en el uso de figuras retóricas para conceptualizar.
- g. Proceso de semantización.
- h. Se realizaron una serie de propuestas conceptuales y se presentaron a la directora de la obra y se analizaron otras puestas en escena de la misma obra a nivel latinoamericano, con el fin de estudiar las ideas o

2 Frascara Jorge, 2004. *Diseño Gráfico para la Gente*, p. 41. Ediciones Infinito, Buenos Aires, Argentina.

3 Rodas, Alvaro, 2008. "Primera Encuesta de Público de las Artes Escénicas de Guatemala". Disponible en Red.

argumentos visuales a partir de los cuales se podía trabajar el contenido del discurso visual, o conceptualización tomando en cuenta que debía superar el tópico, situarse en algo más retórico: la invención, por lo que la invención o “hallazgo” supuso un reto creativo mayor, es decir había que salir del cliché, para luego realizar con base en esta información los bocetos y propuestas gráficas que dieran una solución óptima.

- i. Experimentación en taller y dibujo de las propuestas conceptuales.
- j. Visualización final de las distintas piezas.
- k. Documento fotográfico y en video del estreno de la obra.

La obra de teatro es parte del realismo mágico latinoamericano, tal y como lo describe el mismo Arístides Vargas en el libreto, es una obra que trata de un “juego sobre el tiempo y la edad” elemento clave para el “hallazgo”. La primera escena Vargas la describe así:

“La luz desciende sobre una habitación amplia, llena de trastos viejos. Entre estos podemos distinguir algunas valijas, un ropero, un baúl y un par de bicicletas de mujer. En el fondo hay un árbol de ciruelo en flor; debajo de éste, una niña juega con una espada mientras entona suavemente una canción infantil: es Celina niña. En el proscenio, Eleonora adulta, su hermana, escribe una carta. Este juego de escribir cartas simboliza el presente dramático y operará como una señal para los cambios de escena y personajes; se alternará entre Celina y Eleonora durante toda la obra”.

Durante el proceso de diseño y planteamiento de la metodología era muy importante trabajar muy de cerca con el equipo de la obra, la directora, las actrices y el escenógrafo. Para que luego como proyecto de investigación-acción participativa pudiera quedar un precedente de la importancia de la utilización de recursos retóricos en el proceso de diseño. Durante este proceso de semantización⁴, trasladando un sentido natural en otro para crear el discurso

4 Pedroni Ana María, 2007. *El Mundo Como Imagen, Semiología*. Pag. 117. Ediciones de la Anormalidad, Didáctica. Guatemala.

de la imagen general del diseño de la escenografía se utiliza una sinécdoque⁵, parte por el todo del viaje, del juego, del tiempo haciendo uso de la rueda de bicicleta. La metáfora de las edades de las mujeres queda visualizada en la montaña de distintos zapatos de mujer, que las actrices utilizan en todo el acto, para interpretar cada una a sus personajes. La montaña de zapatos incluso unos colgando forman ese espacio onírico y comparten el concepto para la imagen visual de las piezas de comunicación que se diseñaron para persuadir al auditorio: afiche, volante, invitación digital y programa de sala.

Las ruedas de bicicleta en la escenografía como elementos polisémicos y poéticos se trasladan en distintos elementos de significado para la obra, son objetos que mutan, en el fondo las ruedas colgando pueden ser relojes, copas de árboles, un ropero de donde cuelgan los “trastos viejos” que incluso las actrices utilizan en toda la obra, los aros de bicicleta también son parte de la utilería, se han transformado en bancos, en columpios y en un espejo, de manera que se dijo lo mismo: el dramático realismo mágico de Aristides Vargas de una forma innovadora, colocando el discurso escénico en las acciones de las actrices Mercedes Blanco y Patricia Orantes, quienes cada una interpretan a cinco mujeres, en un diseño de escenografía donde cada elemento discursivo es parte de la acción de las actrices y está conectado con las emociones de los espectadores pero de una manera casi invisible, no es protagonista.

Rodas, en los resultados de la Primera Encuesta de Público de las Artes Escénicas realizada en la ciudad de Guatemala menciona que, en el ámbito de la cultura no se invierte en captar asistencia, otras veces se gastan recursos en campañas de publicidad sin evaluar la eficacia de las mismas. La propuesta de diseño de escenografía y diseño visual para Rayuela no fue una estrategia publicitaria, fue una estrategia de diseño persuasiva y se comprobó con los comentarios de la directora Mercedes Fuentes, quien asegura que en la temporada “Edad de la Ciruela-2009” con relación a las temporadas anteriores ofrecidas por Rayuela se logró captar mayor asistencia y comparado con el estudio de Rodas, logró superar el 33% (la tercera parte) logrando llenar un

5 Idem. “...dar a un objeto el nombre de otro con el fin de formar un todo físico o mental”. Pag. 122.

poco más de la mitad del auditorio del Teatro de Cámara Hugo Carrillo⁶ del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias.

La diferencia entre el diseño publicitario e informativo y el diseño persuasivo radica en que el diseño publicitario traslada información de manera unidireccional, el diseño persuasivo incide en el estímulo social, en la toma de iniciativa de los auditorios, es decir en los comportamientos humanos. La ventaja de trabajar un proceso de diseño basado en la retórica argumentando cada paso del proceso a priori y no fundamentando sobre los resultados a posteriori es que durante esta constante toma de decisiones hay una conciencia sobre elementos simbólicos y de comunicación en donde no se trata de demostrar una verdad, se diseña una premisa sobre la cual se conoce el acuerdo previo del auditorio y se vincula a ella, siguiendo la teoría de Perelman⁷ en los valores, opiniones y juicios de la audiencia para lograr el objetivo de la persuasión. Las piezas fueron diseñadas a través de un proceso participativo con el interés de crear una “experiencia cultural” para el público, inmerso dentro del proceso creativo de la directora de la obra de teatro, el escenógrafo y las actrices. Se inventaron elementos persuasivos en el diseño para lograr atraer una mayor cantidad de audiencia al teatro serio, cosa que en Guatemala es muy difícil. La retórica permite la vinculación de las disciplinas en un contacto integrador que potencia la imagen, la dota de significados y vincula el carácter humano en la sociedad y en la cultura. Siguiendo los estudios de retórica de Alejandro Tapia, el diseño se convierte en este sentido en una actividad integradora que trata de hacer un equilibrio entre el proceso de diseño racional y el carácter estético de la puesta en escena, persuadiendo a los auditorios y dando como resultado una descripción visual del concepto como diseño de escenografía, convirtiendo una descripción gráfica (–graphos– de la skené) en una imagen muy sencilla y contemporánea, que debía resolver dos problemas: salir del tópico o cliché y atraer más audiencia, dada la escasa asistencia al teatro serio en Guatemala.

6 Rodas, Alvaro, 2008. “Primera Encuesta de Público de las Artes Escénicas de Guatemala”. Disponible en Red. <http://labutacaguatemala.blogspot.com/2009/05/descargue-el-reporte-final-de-la.html>.

7 Perelman, Chain. 1997. *El imperio retórico. Retórica y argumentación*. Pag. 50. Barcelona, Editorial Norma.

De la misma manera crear dicha “experiencia cultural” trae consigo el compromiso de relacionar el ejercicio de diseñar a una serie de aspectos que vistos desde el Desarrollo Humano pueden ir mas allá de un asunto meramente económico o tecnológico y puede apelar a la necesidad de valorar y reconocer la diversidad cultural. Entendiendo también que “La cultura se presenta como un elemento esencial del desarrollo, tiene un valor intrínseco, una finalidad en sí misma. El papel de la cultura es constructivo: no hay desarrollo sin aumento de la producción, el consumo y disfrute generalizado de los bienes y productos culturales”.⁸ Porque elevan la importancia de la libertad y subjetividad de los seres humanos.

Créditos:

Obra en un Acto del dramaturgo Arístides Vargas.

Elenco

Mercedes Blanco y Patricia Orantes.

Dirección y Producción Escénica

Mercedes Fuentes.

Coordinación General de Diseño

M.A. Sandra Monterroso. INDIS

Coordinación General de Investigación.

M.A. Sandra Monterroso. INDIS

Diseño de Escenografía

M.A. Sandra Monterroso. INDIS

Gustavo Santos, Rayuela.

Realización de Renders

D.I Marilyn Polanco, INDIS.

Realización de Escenografía

Carlos García, Rayuela.

Vestuario

La Chabela, Rayuela.

Dirección de Arte y Diseño Visual

MA. Licda. Sandra Monterroso, INDIS

Diseño Gráfico

Licda. Karen Betancourt. DAC.

8 Pia Pilolli, María. “La cultura, motor del desarrollo, Plan Nacional de Desarrollo Cultural a Largo Plazo”. Ministerio de Cultura y Deportes. Guatemala, 2005.

Referencias

- Appia Adolf, 1954. *Acteur, espace, lumière, peinture*, núm. 5, p. 38, París. La luz es, en la economía representativa, lo que la música en la partitura: el elemento expresivo opuesto al signo. (La musique et la mise-en-scene, A. Appia, p. 55. Berna, Theaterkultur Verlag, 1963).
- Frascara Jorge, 2000. *Diseño Gráfico para la gente. Comunicaciones de Masa y Cambio Social*. Ediciones Infinito. España.
- Pedroni Ana María, 2007. *El Mundo como Imagen, Semiología*. Pag. 117. Ediciones de a Anormalidad, Didáctica. Guatemala.
- Pia Pilolli, María. 2005. “La cultura, motor del desarrollo, Plan Nacional de Desarrollo Cultural a Largo Plazo”. Ministerio de Cultura y Deportes. Guatemala.
- Perelman, Chain. 1997. *El imperio retórico. Retórica y Argumentación*. Pag. 50. Barcelona, Editorial Norma.
- Tapia Alejandro, 2004. *Diseño Gráfico en el espacio social*. Editorial Designio. México.

Consultas en Red:

Hernández Tulio. Cultura, diversidad y desarrollo humano.

Disponible en Red

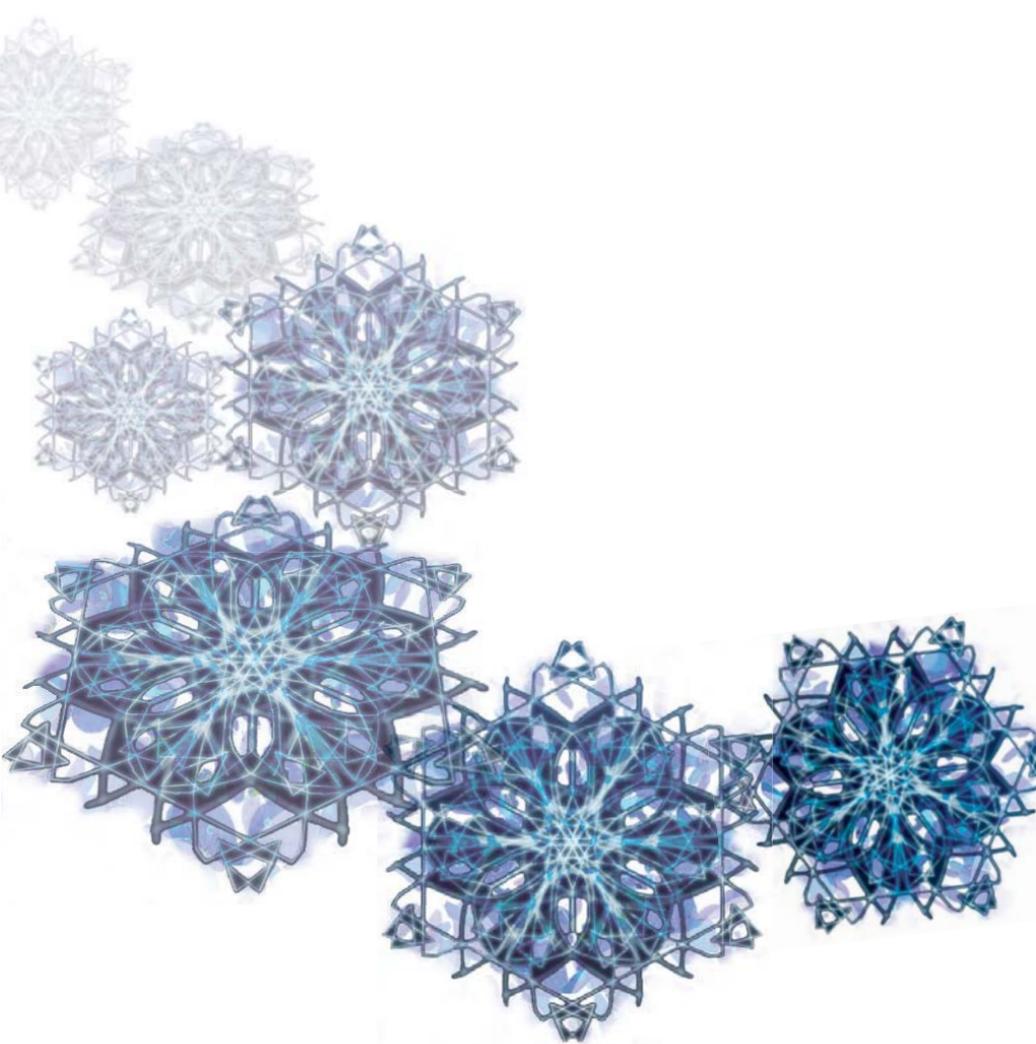
http://www.revistaquorum.es/quorum-17/Quorum_17/Q17_HERNANDEZtulio.pdf

Rodas, Alvaro, 2008. “Primera Encuesta de Público de las Artes Escénicas de Guatemala”. Disponible en Red.

<http://labutacaguatemala.blogspot.com/2009/05/descargue-el-reporte-final-de-la.html>



Este libro fue impreso en los talleres gráficos de Serviprensa S. A. en el mes de agosto de 2010. La edición consta de 500 ejemplares en papel bond antique 80 gramos.



35 años

Diseño Gráfico

Campus Central, Guatemala



Universidad
Rafael Landívar

Tradición Jesuita en Guatemala