

LICENCIATURA EN DISEÑO INDUSTRIAL

**Concepto de diseño: una construcción teórica
integradora en el marco académico local**

Pablo Sebastián Medeot Reyes

Año 2017



Universidad Empresarial Siglo 21

Resumen Ejecutivo

Este trabajo presenta un caso de **investigación cualitativa exploratoria** sobre los diferentes aspectos que encierra el *Concepto de diseño*, desde la perspectiva académica local. En el marco de la Teoría Fundamentada (Grounded Theory) como metodología de análisis e investigación y su combinación con herramientas y técnicas propias de la Semiótica; en primer lugar, se realiza una aproximación a la investigación cualitativa, precisando las características que la definen; para, luego exponer cómo se lleva a cabo el muestreo, los procesos de codificación y análisis de datos: primero asistidos por un software de procesamiento de datos cualitativos (NVIVO 11); luego, combinando la Matriz de ponderación de relaciones (Soto Santizo, 2012) y el análisis del discurso de la semiótica estructural (Greimas, 1989). Finalmente se presenta una suerte de la construcción de ensayo teórico, basado en los datos empíricos procedentes del trabajo de campo.

Palabras clave: concepto de diseño, investigación cualitativa exploratoria, teoría fundamentada, matriz de ponderación, análisis semiótico.

Abstract

This paper presents a case of exploratory qualitative research on the different aspects of the Concept of design, from the local academic perspective. Within the framework of Grounded Theory as a methodology of analysis and research and its combination with tools and techniques of Semiotics; First, an approximation to qualitative research is carried out, specifying the characteristics that define it; to then explain how the sampling is carried out, the data coding and analysis processes: first assisted by a qualitative data processing software (NVIVO 11); then, combining the Relationship Weighting Matrix (Soto Santizo, 2012) and the discourse analysis of structural semiotics (Greimas, 1989). Finally, a kind of theoretical essay construction is presented, based on empirical data from fieldwork.

Keywords: concept of design, exploratory qualitative, grounded theory, weighting matrix, analysis semiotics.

A mi familia por su apoyo incondicional en este viaje, a mis profesores Pablo y Soledad por guiarme en este último trayecto, y a Lourdes por acompañarme, gracias.

Índice

Primera parte

Introducción y aproximación teórico-metodológica

1. Introducción

1.1 Planteamiento del tema y justificación de la investigación.....11

1.2 Objetivos.....13

2. Marco teórico

2.1 Una aproximación al Diseño Industrial.....14

2.2 La enseñanza del Diseño industrial en la Argentina.....20

2.2.1 El caso Córdoba: La UNC y la US21 en la convergencia de la academia
y la industria/mercado.....22

2.2.1.1 El diseño como disciplina proyectual.....23

3. Marco metodológico

3.1 La teoría fundamentada: un modelo integrador con bases en los datos
que componen la realidad del fenómeno.....27

3.1.1 Teoría fundamentada: definición y programa de aplicación.....28

3.1.2 Diseño de la investigación y metodología implementada.....32

Segunda parte

Hacia la producción de una teoría formal de Concepto de diseño

4. Análisis

4.1 Aceptación(nes) de Concepto de diseño.....37

4.2 Rol (función) del Concepto de diseño.....52

4.3 Métodos de enseñanza y/o procesos pedagógicos realizados en la

transmisión de Concepto de diseño.....	61
4. 4. Categorías ponderadas: Dos casos	75
4.4.1 Observaciones/análisis sobre el/del proyecto <i>Educación musical</i> en escuelas primarias.....	75
4.4.2 Observaciones/análisis sobre el/del proyecto <i>Joyería para millennials</i>	83
5. Conclusiones: Hacia una teoría del <i>Concepto de diseño</i>	90
Tercera parte	
<i>Bibliografía y anexos</i>	
6. Bibliografía	93
7. Anexos	
Anexo 1. Entrevista a Fernando Rossellini	97
Anexo 2. Entrevista a Diego Speroni	110
Anexo 3. Entrevista a Martín Fontana.....	123
Anexo 4. Entrevista a Juan Virano.....	129
Anexo 5. José María Aguirre.....	133
Anexo 6. Entrevista a Julia Azulay.....	160
Anexo 7. Entrevista a Silvia Oliva.....	174
Anexo 8. Entrevista a Fernando Valdéz.....	185
Anexo 9. Entrevista a Mario Ivetta.....	189
Anexo 10. Entrevista a Daniel Cappelletti.....	204
Anexo 11. Entrevista a Gastón Luna.....	211
Anexo 12. Entrevista a Soledad Velázquez.....	214
Anexo 13. Modelo de guía de preguntas para la recolección de información	

sobre puesta en acción y/o realización de categorizaciones.....	222
Anexo 14. Entrevista a José Domingo Luna.....	224
Anexo 15. Entrevista a Casandra Lucía Huitacocha Plaza Olmos.....	231

Lista de tablas

Tabla 1. Modelo de guía de preguntas para la recolección de información sobre Concepto de diseño.....	33
Tabla 2. Guía de preguntas para la recolección de información sobre la definición del Concepto de diseño.....	37
Tabla 3. Codificación abierta de conceptos que involucran la definición del Concepto de diseño.....	38
Tabla 4. Guía de preguntas para la recolección de información sobre Rol (función) del Concepto de diseño.....	52
Tabla 5. Codificación abierta de conceptos que involucran el Rol (función) del Concepto de diseño.....	53
Tabla 6. Guía de preguntas para la recolección de información sobre los métodos de enseñanza y/o procesos pedagógicos realizados en la transmisión de Concepto de diseño.....	62
Tabla 7. Codificación abierta de conceptos que involucran los métodos de enseñanza y/o procesos pedagógicos realizados en la transmisión de Concepto de diseño.....	63
Tabla 8. Guía de preguntas: Categorizaciones.....	222

Lista de figuras

Figura 1. Ficha metodológica: Investigación cualitativa exploratoria.....	36
Figura 2. Matriz de ponderación: definición de Concepto de diseño.....	44
Figura 3. Matriz de ponderación: rol (función) del Concepto de diseño.....	59
Figura 4. Matriz de ponderación: métodos de enseñanza y/o procesos pedagógicos realizados en la transmisión de Concepto de diseño.....	72

Lista de imágenes

Imagen 1. Proyecto Educación musical en escuelas primarias: producto final «Tatú».....	76
Imagen 2. Educación musical en escuelas primarias: Exploración de palabras utilizada para la generación del concepto de diseño de «Música Prima».....	77
Imagen 3. Educación musical en escuelas primarias: Bocetos iniciales.....	77
Imagen 4. Proyecto Educación musical en escuelas primarias: Bocetos avanzados.....	79
Imagen 5. Proyecto: Educación musical en escuelas primarias: Prototipos de prueba.....	79
Imagen 6. Proyecto Educación musical en escuelas primarias: Producto final.....	80
Imagen 7. Proyecto Educación musical en escuelas primarias: Propuestas de enfoque lúdico.....	81
Imagen 8. Proyecto Educación musical en escuelas primarias: Propuestas de enfoque «instrumental».....	81
Imagen 9. Proyecto Educación musical en escuelas primarias: Situación de uso.....	82
Imagen 10. Proyecto Educación musical en escuelas primarias: Relevamiento de propuesta y pruebas de campo en etapas avanzadas.....	83
Imagen 11. Proyecto Joyería para Millenials: Producto final Casiopea.....	84
Imagen 12. Proyecto Joyería para millennials: Bocetos y alternativas iniciales.....	85
Imagen 13. Proyecto Joyería para millennials: Primera materialización de	

propuestas y pruebas de campo.....	86
Imagen 14. Proyecto Joyería para millennials: Etapa avanzada de concepción y materialización.....	86
Imagen 15. Joyería para millennials: Situación de uso.....	87
Imagen 16. Proyecto Joyería para millennials: Moodboards subcultura millennials «vintage cool».....	88
Imagen 17. Proyecto Joyería para millennials: Experimentación con materiales.....	88
Imagen 18. Proyecto Joyería para millennials: Variantes de forma.....	89

1. Introducción

1.1 Planteamiento del tema y justificación de la investigación

El presente trabajo final de graduación tiene por finalidad investigar sobre el *Concepto de diseño*: noción (es), función (es) y alcance (s); dentro del ámbito académico local como espacio de formación profesional por excelencia, para, a partir de allí, alcanzar una definición más acabada del mismo.

En esta etapa de conclusión de la formación profesional, deseamos responder una serie de interrogantes que se han presentado durante este proceso de acercamiento y apropiación del campo del Diseño Industrial, más específicamente sobre el *Concepto de diseño*, que si bien es definido por algunos autores — Uhlmann—, como “la esencia del objeto” (citado en Krzywinski, 2009), y en ese sentido, lo que le da *identidad*; ha sido un objeto de estudio poco abordado: “Los conceptos de diseño son una parte importante del proceso de diseño, sin embargo la teoría y metodología existente tienen poco que ofrecer a este campo crucial” (Krzywinski, 2009, p. 311/1).

Algunos de los interrogantes de los que partimos fueron: ¿Cuál (es) es (son) el (los) motivo (s) que genera la confusión o ambigüedad a la hora de definir el *Concepto de Diseño*?, ¿Por qué no hay una visión global, sistematizada y generalizada respecto al *Concepto de Diseño*? ¿Hay una falta de reflexión, problematización y teorización sobre *Concepto de Diseño*? ¿A qué se debe la carencia de material teórico y/o bibliografía específica sobre el tema? ¿Cómo se aborda esta problemática desde la academia?

Todo esto nos generó la necesidad de aproximarnos de manera crítica y reflexiva a las prácticas académicas del Diseño Industrial a nivel local, fundamentalmente para conocer sus posibilidades reales y el capital teórico propio, producido y reproducido por los profesionales del campo durante más de cinco décadas de trayectoria.

Respondiendo a las características propias de nuestro objeto y el estado actual de su desarrollo, hemos decidido abordar nuestra investigación desde el marco de los estudios cualitativos esbozados por la *Teoría Fundamentada* (Hernández, 2014), ya que al ser una metodología de análisis unida a la recogida de datos, nos facilita una aproximación real y concreta al mismo. Esta base empírica del caso, nos servirá como

material de reflexión y análisis para el desarrollo de un cuerpo teórico que lo integre en una visión superadora.

Como señalábamos anteriormente, en la actualidad, no contamos con un gran caudal de material que indague y reflexione sobre el tema que nos hemos propuesto investigar; son contados los casos en los que se ha abordado la noción de *Concepto de diseño*, entre ellos destacamos el trabajo de Ylirisku, Jacucci y Sellen (2016), *Design Research as Conceptual Designing: The Manhattan design concept*, en el que se plantea un enfoque distinto al clásico procedimiento “secuencial” en diseño de productos: se trata de construir un concepto complejo que sirva para la producción de nuevo conocimiento donde las oportunidades de innovación se acrecientan exponencialmente, principalmente recomendado para equipos interdisciplinarios en departamentos de investigación e innovación. Y el trabajo de Krzywinski (2009), *Design concept development in Transportation Design*. En esta investigación se accede al *Concepto de diseño* desde la sub-rama del diseño de transporte que, en su especialización en cuestión de paradigmas, ha desarrollado un enfoque diferente a la hora de la generación de conceptos. Inevitablemente el autor se ha visto forzado a compararlo con la generación de concepto del diseño industrial propiamente dicho, lo que resulta en datos muy interesantes. Finalmente, y en relación directa con nuestro objeto, nos encontramos con la muy reciente publicación de la FAUD, *El concepto en el proceso de diseño. Enfoques y experiencias pedagógicas* (Armayer et al., 2017). En esta suerte de compilación, varios docentes exponen lo que entienden por *Concepto de Diseño* y las metodologías con que lo desarrollan dentro de las aulas. Sin embargo, entendemos, que no se ha intentado arribar a una visión global y unificadora, pero al menos, se ha producido una primera elaboración teórico-experiencial del tema.

Nos proponemos entonces, intentar desarrollar un material sobre *Concepto de Diseño*, que integre en un cuerpo teórico coherente los datos recogidos en el trabajo de campo, desde una perspectiva analítica, reflexiva y globalizadora.

Por los motivos enunciados hasta aquí es que definimos como tema para este trabajo: *Concepto de diseño. Aceptación(es), rol(es) y estrategias pedagógicas para su transmisión, en el contexto académico local.*

1.2 Objetivos

Entendemos, que actualmente, dentro del campo académico local, existe una complejidad en el abordaje pedagógico de *Concepto de diseño* producto de cierta naturaleza ambigua de la definición del término; por lo que nos proponemos desarrollar una investigación que posibilite:

Objetivo General:

Comprender el *Concepto de diseño* en su complejidad, **entender** las dificultades para transmitir la noción o idea del mismo en el ambiente académico; y, **producir** una aproximación a una definición teórica de él.

Objetivos específicos:

- **Clarificar, analizar y entender** las diferentes acepciones de Concepto de diseño trabajadas por los docentes de las materias nucleares de la carrera en las casas de estudios superiores locales.
- **Explorar y establecer** la función o rol que el *Concepto de diseño* cumple dentro del proceso proyectual, desde la perspectiva académica local.
- **Indagar** sobre los métodos de enseñanza y/o procesos pedagógicos realizados por los docentes de las materias nucleares de la carrera, en la transmisión de *Concepto de Diseño*.

2. Marco teórico

2.1 Una aproximación al Diseño Industrial

En su libro *El diseño industrial en la historia*, Aquiles Gay (2007) afirma que la actividad de concebir, dar forma y construir un objeto, se remonta a los orígenes mismos de la actividad humana: desde sus orígenes, el hombre debió adaptar los elementos para apropiarse y acondicionar a sus necesidades, el medio que lo rodeaba. En una etapa temprana, la configuración del objeto estaba enteramente ligada a su funcionalidad; al mismo tiempo, tanto la concepción como la construcción recaían simultáneamente sobre el mismo sujeto. Con el paso del tiempo y respondiendo a las necesidades emergentes con los cambios sociales, la ideación y realización de nuevos objetos continuó desarrollándose de modo creciente. A comienzos del siglo XIX se tornará una *actividad industrializada*, con el nuevo paradigma que esto implica. El estallido de la Revolución Industrial (1760-1830) significó tanto una ruptura del esquema vigente: recordemos que hasta ese momento, ideación y realización marcharon juntas, el *artesano* concebía un objeto y él mismo lo construía, es decir que era el responsable de todo el proceso productivo; como así también, la incorporación de un nuevo modelo de producción: la introducción sistemática de la máquina en el proceso de producción significó no solo la mecanización del trabajo manual sino también, la separación de las tareas de concepción de las de fabricación. Esta fragmentación de la cadena productiva significó la aparición de nuevos *sujetos calificados* para las diferentes tareas, que el nuevo sistema requería. Al mismo tiempo, el factor estético fue tomando mayor protagonismo, pero aún a mediados de 1800, la calidad estética de muchos productos quedaba subordinada a la cantidad que la industria exigía. Será Henry Cole (1808-1882) uno de los primeros en llamar la atención sobre la tensión entre ambos aspectos, iniciando hacia 1845 un movimiento que buscaba conciliar el arte con la industria; en este sentido podemos considerarlo como un antecesor del Diseño Industrial.

Sin embargo, no es sino hasta el siglo XX que se comprende, que, en la producción industrial, la calidad estética de los productos no debe estar en función de la ornamentación, sino de los atributos propios del objeto (forma, materia y función); y en

consecuencia, dejar de ser un mero valor agregado. En la dualidad forma-función, comienza a surgir el Diseño Industrial, como tal. En sus primeros años, se desarrollará principalmente en el conato revolucionario del Vchutemas ruso y el programa reformista de la Bauhaus alemana. En esta etapa vanguardista, la relación entre las obras de arte y las formas utilitarias fue estrecha. Tanto la Bauhaus, como el Vchutemas plantearon la ruptura con los viejos esquemas vinculados a la producción artesanal. Bajo el lema del funcionalismo y la racionalidad, se gestó una nueva forma de encarar la proyectación de objetos teniendo en cuenta, además de los factores estéticos, la necesaria vinculación con la producción industrial.

Por otra parte, ya hacia 1880, en la región de Escandinavia, los artistas nórdicos habían comenzado a indagar sobre los aspectos decorativos y artísticos en la producción industrial de objetos cotidianos; consideraban que los mismos debían tener como finalidad el embellecimiento del ambiente doméstico. La evolución de este pensamiento devino en el surgimiento de una expresión artística basada en los criterios de simplicidad y belleza; lo que planteó, además, una socialización de los valores estéticos: partiendo del principio de que la belleza del ambiente cotidiano es un factor a tener en cuenta en la creación de una sociedad feliz, los productos industriales debían estar a su servicio. Así esta corriente que había visto su génesis en el campo artístico, pronto inundó la industria, que comenzaría a plantearse la creación en serie de objetos funcionales a la vez que estéticamente bellos: “Los diseñadores escandinavos concebían objetos cotidianos asequibles, bonitos y prácticos, adoptando un enfoque del Diseño según el cual los productos se crean a partir de una interpretación humanista de los principios formales, técnicos y estéticos propios del Movimiento Moderno” (citado en Gay y Samar, 2007).

En este sentido, comienzan a plantearse, en el Diseño, dos componentes centrales: el formal y el *conceptual*, comprendido como el aspecto invisible del proceso.

Para la década de 1960, el concepto de Diseño evoluciona desde la idea de instrumento para lograr el confort del gran público, hacia el diseño como elemento de competencia industrial, si bien permaneció sujeto a la visión social. Esto amplió el campo del diseñador extendiéndose hacia el sector público y los medios de comunicación, entre otros.

En los años setenta '70, el diseño entra en un campo nuevo: las máquinas para la industria y los proyectos. Si bien se sigue teniendo en cuenta el aspecto estético, el foco está ahora en lo ergonómico, en la relación hombre-máquina. Lo ergonómico pasa a desempeñar un rol preponderante en el diseño de producto.

Algo similar ocurrió en Alemania con la creación de la Hochschule für Gestaltung (HfG) — también llamada Escuela de Ulm—, en 1955. Considerada heredera de la Bauhaus, en tanto que continuó con el espíritu entusiasta y las expectativas de quienes creían en la función social de la actividad productiva; la HfG entendió que el *proyectista*, aun trabajando para la industria, debía continuar asumiendo sus responsabilidades ante la sociedad. Sin embargo, esto no significó necesariamente la adhesión al currículo y organización de la Bauhaus, y menos aún, la continuidad de una actitud acrítica y celebrativa-conservacionista con la que algunos autores la caracterizan. En este sentido, la HfG se sirvió, más bien, de la Bauhaus como marco de referencia, fuente de experiencia y sobre todo, en su actitud programática.

Pero la creación de la Escuela de Ulm cobra relevancia también por otro aspecto: la institucionalización de la profesión de diseñador y en este sentido, la institucionalización de la disciplina:

La HfG forma especialistas para dos tareas decisivas de la civilización técnica: la proyectación de productos industriales (sección de Diseño Industrial y sección de Construcción) y la proyectación de medios de comunicación visuales y verbales (sección de Comunicación Visual y sección de Información). La HfG forma de tal manera diseñadores para la industria de los bienes de consumo y de producción tanto como para los modernos medios de comunicación, impresos, cinematógrafo, radio y publicidad, estos diseñadores deben poseer los conocimientos específicos, tecnológicos y científicos, necesarios para colaborar con la industria moderna. Al mismo tiempo, deben tomar en cuenta las consecuencias culturales y sociales de su trabajo (citado en López, Franky y Buitrago, 2015)

La HfG fue el centro rector de la pedagogía científica del Diseño, desde el cual se difundiría al mundo. Su método pedagógico se basó en una sistemática reflexión sobre problemas, métodos de análisis y de síntesis; además de la elección y fundamentación de alternativas proyectuales, con acento en las disciplinas científicas y técnicas, en estrecha relación con la industria.

La Escuela de Ulm se propuso, por una parte, redefinir el rol del Diseño en la cultura moderna comprometiendo la creatividad con su finalidad social; y por otra parte, integrar la ciencia al Diseño. Esta dualidad, sumada a otros factores de orden social y académicos, contribuyó a *objetivizar* el proceso proyectual a medida que crecía la exigencia a la hora de determinar los criterios de decisión y de evaluación. Esto también ayudó en gran medida a desmitificar el proceso proyectual y su enigmática *creatividad*.

Si bien, nominalmente, la HfG siguió existiendo hasta 1972, como apéndice de la Universidad de Stuttgart, el impulso que había propiciado su creación sucumbió ante las críticas de orden político y los problemas estructurales de la enseñanza universitaria, varios años antes. Sin embargo, es innegable la importancia que tuvieron sus aportes para el desarrollo posterior del Diseño Industrial alrededor del mundo.

En Italia, también a partir de los años sesenta del siglo pasado, el campo del Diseño Industrial sufrió un período de cuestionamientos y de cambios. El *Radical Design*, demandó priorizar la creatividad, enfatizando los aspectos comunicativos de los productos por sobre los funcionales, técnico-productivos y económicos. Esta contracorriente sostenía que el diseño debía ir más allá de los requerimientos mercadotécnicos y de los intereses empresariales; entendían que los productos también debían co-ayudar a promover cambios en el comportamiento de los individuos, libres de las modas impuestas por el mercado y superando a la vez, la *concepción dogmática* del diseño racionalista.

El Radical Design —o Antidiseño— se fue consolidando en su búsqueda por superar las limitaciones impuestas por la *doctrina funcionalista* y el concepto de la *Buena Forma*; al tiempo que se definió en oposición hacia quienes consideraban al Diseño como símbolo de status. En este contexto, se establecieron las bases para un nuevo modo de entender y proponer la relación producto-usuario; buscando superar los dogmas funcionalistas y consumistas que regían la relación industria-sociedad y que consideraba al diseñador como un instrumento del empresariado.

Mientras tanto, en Argentina, el proceso de industrialización que había comenzado hacia 1930, con el desarrollo de industrias productoras de bienes de consumo, electrodomésticos, metalurgia y elementos afines a la industria de la construcción, como parte del proceso de sustitución de importaciones; y que se había profundizado en los primeros años de la presidencia de Perón (a este periodo corresponde el surgimiento del complejo de Industrias Aeronáuticas y Mecánicas del Estado, donde se produjeron, entre otros, los vehículos utilitarios Rastrojero; que si bien, no se destacaron por sus cualidades formales, alcanzaron gran popularidad por su buen rendimiento y sus precios accesibles); conoció nuevas posibilidades con la apertura del mercado internacional pos Segunda Gran Guerra. Así a mediados de 1950 se inaugura el parque industrial automotriz con la instalación en Córdoba de las empresas FIAT Concord e Industrias Kaiser Argentina (IKA) (Gay y Samar, 2007).

Ignacio Pirovano y César Janello son dos de los precursores en el campo del Diseño dentro de esta primera etapa de desarrollo de la industria nacional. Mientras que el primero se ocupó de instaurar la problemática del diseño como política cultural; el segundo, realizó aportes en el campo del diseño de muebles a través de propuestas que reunían las condiciones de todo objeto considerado moderno: funcionalmente práctico, formalmente simple y reduccionista en cuanto a los componentes y materiales empleados.

Sin embargo, se ha considerado que el surgimiento del Diseño propiamente dicho, en la Argentina, tiene lugar hacia finales de 1930 cuando Bonet, Kurchan y Ferrari Hardoy, desarrollan el sillón BKF atrayendo la atención internacional; pero va a ser recién en la década de 1950, que la actividad adquiere cierta regularidad en su desarrollo, tanto práctico como teórico. Es en este periodo que encontramos la que hoy se conoce como la primera generación de diseñadores.

Reunidos alrededor de la figura de Tomás Maldonado y su revista *Nueva Visión*; a esta generación le corresponde la definición de las características propias del Diseño Industrial. Maldonado escribe:

El Diseño Industrial es una actividad proyectual que consiste en determinar las propiedades formales de los objetos producidos industrialmente. Por propiedades formales no hay que entender tan sólo

las características exteriores, sino, sobre todo, las relaciones funcionales y estructurales que hacen que un objeto tenga una unidad coherente, tanto desde el punto de vista del productor como del usuario. El Diseño Industrial comprende todos los aspectos del medio humano que se ven condicionados por la producción industrial. (citado en Gay y Samar, 2007)

Esta definición será la que adopte el Consejo Internacional de Sociedades de Diseño Industrial (Por sus siglas en inglés: ICSID).

Ya con la segunda generación en los '60, el Diseño Industrial se desarrolla en dos líneas: una ligada a los medios de producción y la otra al consumidor. A este periodo se corresponde el surgimiento de escuelas e instituciones de nivel superior para la enseñanza del Diseño, como así también, la promoción de concursos y muestras propias del sector. En este sentido se comprende, que mientras que a la primera generación le correspondió definir la problemática misma del Diseño; fue tarea de esta segunda generación institucionalizar la profesión mediante la producción regular de productos con salida al mercado. Es también en estos años, que la fábrica de electrodomésticos SIAM abre su Departamento de Diseño y contrata a varios profesionales que logran la definición de una imagen de empresa, dando unidad a los productos, la gráfica, la publicidad y la arquitectura. Otro hecho importante es la creación en 1962 del Centro de Investigación de Diseño Industrial (CIDI) dependiente del Instituto Nacional de Tecnología Industrial. Fundado por el Ingeniero Basilio Uribe, el CIDI tenía como objetivo, emprender acciones para la difusión y desarrollo del Diseño Industrial Nacional.

Si bien los '70 significaron un fuerte deterioro de la Industria Nacional, el desarrollo de la actividad profesional no se detuvo. A este periodo corresponde una tercera generación de profesionales independientes que trabajan muchas veces como consultores de empresas. Con esta generación se afirma la actividad como profesión.

En las décadas siguientes, en una cuarta generación, constituida ya por los egresados de la Carrera de Diseño Industrial, la profesión adquiere su precisa dimensión.

2.2 La enseñanza del Diseño industrial en la Argentina

El proceso de legitimación del campo del Diseño y en consecuencia de la profesión de diseñador, comenzó varias décadas antes del surgimiento de las primeras unidades académicas dedicadas a su enseñanza formal en Argentina.

Como se mencionó en el apartado anterior, los pioneros en diseño emergen en simultáneo con las primeras etapas del proceso de industrialización del país; ejerciendo una actividad constante y creciente a lo largo del tiempo.

En su texto, “Los orígenes de la educación formal del Diseño en América Latina: tres casos, dos apuestas”, López y Buitrago (2015), destacan dos figuras en las raíces de la institucionalización del diseño industrial en la Argentina: Tomás Maldonado y Gui Bonsiepe. Fuertemente influenciados por la Ulm, ya en 1964 dictaban cursos en el CIDI, desde donde se promovían los principios del *buen diseño* en detrimento del *styling*. Otra figura que reconocen en el proceso de consolidación de la carrera, es la de César Janello, que por el mismo periodo y casi en paralelo con el trabajo sobre significación que se desarrollaba en la Ulm, incluyó contenidos referentes a la semiología para las carreras tanto de Diseño como de Arquitectura. Por último, los autores mencionan el trabajo de Carlos Méndez y Guillermo Gonzáles, ambos docentes de la FAU, que en su enfoque hicieron converger: “esta circularidad entre experiencia y práctica, los postulados de Tomás Maldonado y en general la influencia académica de Ulm, así como los lineamientos de la publicidad especialmente norteamericana” (López et al., 2015)

Si bien, la influencia europea, principalmente de la HfG no puede negarse, Verónica Devalle, llama la atención sobre otro factor que considera fundamentales en la gestación de la carrera de Diseño Industrial en Argentina: el carácter mismo de la universidad. En este sentido afirma:

La instauración de las carreras de Diseño en la Universidad Nacional de la Plata y en general en las universidades nacionales argentinas, de cierto modo se constituye en un hecho de apropiación de la posibilidad académica del diseño en un contexto específico, ya que si bien, en principio la UNLP “miraba al norte, miraba a la Ulm”, también es cierto

que el hecho mismo de la creación de las carreras de diseño en una universidad con las características de las universidades nacionales que para el momento ya habían conquistado al democratización académica, tiene muy poca relación con la concepción que existía sobre el carácter de las instituciones de enseñanza de diseño, tales como la Bauhaus, la HfG de Ulm e incluso la ESDI (citado en López et al., 2015)

En este sentido, entendemos que el modelo recibido será necesariamente redefinido a partir de los objetivos específicos de la universidad en su **función social**.

Formalmente, en 1958, en la Universidad Nacional de Cuyo, se inaugura la primera unidad académica de diseño: el Instituto de Diseño dependiente de la Escuela de Bellas Artes (hacia 1980 se erige como escuela dependiente de la ahora Facultad de Artes).

Poco tiempo después, a comienzos de la década de 1960 y bajo *título experimental*, la Escuela Superior de Bellas Artes de la Universidad Nacional de la Plata, inaugura el primer ciclo lectivo de la carrera de Diseño Industrial. Pronto las autoridades de dicha institución solicitarán la oficialización de la carrera. En esta etapa fundacional se sientan las bases científico-culturales de la formación profesional: el programa de estudios incluye materias que van desde el taller básico, pasando por lógica, hasta historia de la cultura. En una etapa posterior, el programa será modificado y profundizado, incorporando estudios tecnológicos y seminarios de especialización que le imprimen un carácter más funcional. Al mismo tiempo se crea un instituto de investigación y desarrollo de trabajo para terceros.

Un caso particular se da en la UBA donde los tres primeros intentos de creación de un organismo dedicado a la enseñanza de Diseño Industrial se vieron truncados por razones presupuestarias. Habrá que esperar casi un cuarto de siglo para, que recién en 1984, se formalice la carrera a través del Departamento de Diseño Industrial de la, entonces, renombrada Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU).

La preocupación por incluir al Diseño Industrial dentro de su oferta académica, también dio sus frutos en la Universidad Nacional de Rosario, que consiguió la puesta

en marcha del Instituto de diseño Industrial (IDI) dependiente del Departamento de Diseño de la Facultad de Ciencias Exactas e Ingeniería.

A estas unidades académicas se les sumará la Universidad Nacional de Córdoba cuando, en 1989, el Honorable Consejo Superior resuelva aprobar la creación de la carrera de Diseño Industrial dependiente de la entonces llamada Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Como es de especial importancia para los objetivos de la presente investigación y con fines prácticos, desarrollaremos en profundidad todo concerniente a la enseñanza del Diseño Industrial en Córdoba, en el siguiente apartado; que incluirá también la oferta académica del sector privado, más concretamente, la Universidad Siglo XIX.

2.2.1 El caso Córdoba: La UNC y la US21 en la convergencia de la academia y la industria/mercado

A pesar de contar al mismo tiempo, con una de las universidades más antiguas y prolíferas de Latinoamérica y con una gran actividad industrial, Córdoba no tuvo una unidad académica que se dedicara a la enseñanza formal de Diseño Industrial sino hasta la década de 1990.

La necesidad de formar profesionales que pudieran desarrollar las actividades específicas, concernientes al campo del diseño dentro de la industria local, fue un factor decisivo al momento de la gestación de la carrera. Como ya había sucedido en la UBA, será desde la —hasta ese momento— Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la UNC, que se promueva la apertura de la Escuela de Diseño. Es importante resaltar esta singularidad dentro del proceso de formación, ya que la FAU no solo sirvió como marco de contención, sino que también imprimió características particulares para el desarrollo posterior de la disciplina; en este sentido, debemos considerar que el cuerpo docente (sobre todo en los primeros años) estaba casi totalmente compuesto por egresados de la carrera de Arquitectura, con las especificidades del caso que esto implica: conocimiento diferenciado, ámbito de desarrollo, procesos de investigación, entre otros.

Poco más de una década después y esta vez desde el sector privado, la oferta académica se duplicó cuando la Universidad Siglo XIX sumó a su currícula, la

Licenciatura en Diseño Industrial. Si como afirmábamos anteriormente, el surgimiento de la carrera en la UNC había estado marcado por la demanda de la industria local; podemos considerar que la creación de esta nueva unidad académica tiene sus bases en el creciente desarrollo del área de diseño dentro de las empresas: la innovación que SIAM había producido con la inauguración de su departamento de diseño, es ahora un elemento imprescindible en el proceso de producción industrial. A sí mismo, esto es consecuencia, de la cada vez mayor, profesionalización de los actores comprometidos al sector, que en su activa participación en la transformación de los procesos, van definiendo las competencias plenas de diseño.

Con el fin de aclarar el estado actual en lo relativo a la enseñanza y atendiendo a los objetivos de esta investigación, nos adentraremos en la delineación y enfoque encarados desde los programas de Diseño Industrial, que se desarrollan dentro de estas instituciones.

2.2.1.1 El diseño como disciplina proyectual

Decimos entonces, que salvando las distancias que pudiesen separar a ambas instituciones, el desarrollo programático y la apuesta pedagógica en relación a los estudios en Diseño Industrial, transcurren caminos paralelos en donde los puntos de quiebre y diferenciación, no significan una brecha insalvable. Es decir, si bien el foco se desplaza hacia uno u otro aspecto, dependiendo de los *finés últimos* y *recursos* de estas casas educativas, en lo que respecta a la delineación, sistematización y desarrollo en la definición de contenidos y modelos metodológicos y/o pedagógicos de las materias nucleares, tanto la FAUD como la US21, normalizaron modelos equivalentes. Así partiendo del principio que considera al Diseño Industrial como una disciplina esencialmente proyectual, los objetivos —y en consecuencia los medios para alcanzarlos—, responden al mismo orden de preocupaciones. En este sentido, se nos abre la posibilidad de aunar en autores y teorías modelos, las nociones y prácticas esenciales para el estudio, investigación, desarrollo y transmisión de Diseño Industrial.

En este sentido, el modelo proyectual de Bruno Munari (1983) ha funcionado, dentro de la formación académica, como base de apoyo para sistematizar y conceptualizar las operaciones acaecidas durante el proceso de diseño. Así, partiendo

del principio, de que, en el campo del diseño, no es correcto proyectar sin método, Munari (1983) elabora una metodología que consiste en desarrollar: “una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia [cuya] finalidad es la de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo” (p. 18). El proceso de Diseño, entendido desde esta metodología, comienza con la identificación del problema, que servirá además para definir los límites en los que debe moverse el proyectista y el tipo de solución que se quiere brindar. Será necesario entonces, descomponer el problema en sus elementos para ser analizados en sus características particulares y en su relación con el todo: “La parte más ardua del trabajo del diseñador será la de conciliar las diferentes soluciones con el proyecto global. La solución del problema general consiste en la coordinación creativa de las soluciones de los subproblemas” (Munari, 1983, p. 44). Una vez realizada esta operación, el proyectista ya debería contar con el suficiente material para empezar a proyectar: es el tiempo de la creatividad, que ocupará el lugar de la idea y procederá según su método. Es decir, la creatividad se mantiene en los límites del problema — razones técnicas, matéricas o económicas—, derivados del análisis de los elementos que lo componen. La siguiente operación consiste en otra pequeña investigación concerniente a los materiales y a las tecnologías con las que el proyectista cuenta al momento de realizar el proyecto. La experimentación con los materiales y las técnicas, le permitirá descubrir, además, nuevos usos y posibilidades, que pueden llevar a la construcción de modelos demostrativos. Estos nuevos descubrimientos pueden ayudar a resolver subproblemas parciales, lo que contribuirá a la solución global. Si bien, todavía no se ha llegado a la forma que tendrá lo que hay que proyectar, se ha reducido el margen de posibles errores. Es momento de establecer relaciones entre los datos recogidos e intentar integrarlos; aquí, la realización de bocetos —a escala o a tamaño natural—, pueden revelar posibles soluciones. En este sentido, sirven como modelo de lo que eventualmente podrá ser la solución del problema (Munari, 1983).

Posteriormente se llevará a cabo la verificación del modelo (o de los modelos): “Se presenta el modelo a un determinado número de probables usuarios y se les pide que emitan un juicio sincero sobre el objeto en cuestión, siempre que las observaciones posean un valor objetivo” (Munari, 1983, p. 60). En base a todos estos datos, se pueden empezar a preparar los dibujos constructivos, ya con todas las medidas exactas e indicaciones necesarias para la realización del prototipo. La construcción del prototipo

no significa necesariamente la conclusión del proceso proyectual; de ser necesario y a partir de esta experiencia con el modelo real del objeto, se rectificará el diseño reformulando los aspectos que no satisfacen las necesidades y aspiraciones del proyecto.

Por lo general, dentro de la práctica académica, esta metodología se ha resumido en cuatro grandes operaciones, que podemos enunciar como: *investigación, diseño, construcción y verificación*.

En el *diseño* —o momento creativo desde la tipología de Munari—, se concentran tanto aspectos funcionales y materiales del proyecto, como así también, los subjetivos. Es durante esta operación que el proyectista debe diseñar la idea que dará lugar a la creación del objeto. En este estadio pleno de creación surge la noción de *Concepto de diseño*, pero: ¿qué es realmente? La definición más difundida es la de Rogers y Milton (2011) que entienden al *Concepto de diseño* como la

Descripción aproximada de la forma tecnológica, funcional y estética del producto en desarrollo. Usando bocetos, maquetas y descripciones, el diseñador crea una explicación concisa de las maneras en que el producto satisfará las necesidades del comprador. La calidad del concepto determina en gran medida hasta qué punto el producto satisfará los usuarios y, en consecuencia, si podrá comercializarse con éxito (...) El concepto de diseño puede enfocarse de dos maneras: Pensamiento convergente: el diseñador sigue un proceso analítico y desarrolla el diseño de manera secuencial [y] Pensamiento divergente: El diseñador explora todas las soluciones posibles de manera lateral y siguiendo todos los caminos creativos (p. 78)

Sin embargo, esta no es la única acepción que circula dentro del campo del Diseño y así, Ylisrisku, Jacucci y Sellen (2016) lo definen como “una entidad que expresa mínimamente un nombre, un propósito y un conjunto de guías y principios de diseño” (p. 6). También entienden, que los conceptos de diseño tienen otras funciones: buscan cambiar el mundo, más que explicarlo. En ese sentido, los conceptos de diseño

son de carácter *propositivos* y *generativos*: “El propósito asignado a un concepto de diseño, justifica su existencia, relata la situación preferida que se busca producir” (Ylisrisku et al., 2016, p. 6).

Por su parte, Cross lo define como “la primera unidad compuesta de información en el proceso de diseño” (citado en Krzywinski, 2009); mientras que Krzywinski (2009), lo concibe como “una conexión crucial entre obtener conocimiento relevante y lograr los objetivos o metas propuestos (...) consideramos el concepto de diseño como la concentración de todo el conocimiento esencial acerca del producto diseñado y las herramientas necesarias para su implementación” (p. 311/2).

La amplitud y cierta imprecisión de las definiciones suscitaron ulteriormente, de alguna manera, una «ambigüedad» de la noción, que en la práctica devino en una multiplicación de acepciones, que se van difuminando en sus límites.

El *Concepto de diseño* —y consecuencia, su función o rol dentro del proceso de diseño—, se torna una categoría difusa; lo que, además, genera una serie de problemas a la hora de proyectarla pedagógicamente. Los programas y laboratorios de Diseño que se desarrollan actualmente en el campo académico local, son reflejo de esta problemática en el sentido, que lejos de construir una formulación integradora y superadora, hacen patente la multiplicación y disparidad de voces en lo relativo al tema.

En este sentido, entendemos que la libertad en la apropiación de la noción de *Concepto de diseño*, producto de su «indefinición», sumado a la dispersión de los agentes calificados para la elaboración de una reflexión capaz de echar luz sobre el tema, dificultan la producción de una definición precisa, concreta y global.

Resumiendo, en términos generales, se entiende que *Concepto de diseño* es una categoría que emerge dentro del proceso proyectual como la instancia en donde se desarrollan las ideas guías. Sin embargo, dentro de la práctica académica, la multiplicidad y disparidad de enfoques, consecuencia de la amplitud e imprecisión en la definición de la noción, produjeron una «ambigüedad», que se traduce en la complejidad de la elaboración y transmisión dentro del proyecto pedagógico.

3. Marco Metodológico

3.1 Teoría Fundamentada: un modelo integrador con bases en los datos que componen la realidad del fenómeno

Atendiendo a la naturaleza de nuestro objeto de estudio y con la firme intención de sentar una base teórica que supere el carácter personalista, y en este sentido aislado, del análisis, interpretación y apropiación del *Concepto de diseño*; nos propusimos indagar sobre diferentes metodologías hasta hallar una, que, acomodándose a las particularidades de nuestra experiencia, diera espacio a la realización de una investigación superadora de este aspecto tan poco visitado dentro de la disciplina. En este sentido, entendimos que el modelo metodológico que nos serviría como marco referencial en el desarrollo de nuestra actividad, debía ser capaz de integrar tanto el aspecto duro como el blando, propios del campo; ya que, en la experiencia del diseñador, convergen los principios de las ciencias exactas, el desarrollo industrial, así como también su propia subjetividad y nociones de carácter más amplio (y también difuso) como la de creatividad y estilo.

En el marco del desarrollo de las investigaciones cualitativas, la Teoría Fundamentada -Grounded Theory- (Hernández, 2014), se nos presentó como la metodología propicia para un acercamiento concreto a nuestro objeto. Como señalamos hacia el comienzo del presente trabajo, la noción de *Concepto de diseño* no ha sido lo suficientemente desarrollada desde los estudios especializados, que lejos de asentar un cuerpo de material bibliográfico que propicie el análisis reflexivo sobre la cuestión; ha favorecido, en muchos casos, a la ambigüedad del término, lo que se ha traducido también en una problemática en la instancia de transmisión formativa de la disciplina.

Al ser una metodología de análisis unida a la recogida de datos, la Teoría Fundamentada, nos facilita una aproximación real y concreta a nuestro objeto; entendemos con esto, que nos permite acceder a una base empírica del caso, que nos servirá como material de reflexión y análisis para el desarrollo de un cuerpo teórico que lo integre en una visión superadora.

Para el desarrollo de este capítulo seguiremos las definiciones y programas enunciados por Hernández (2014) en su artículo “La investigación cualitativa a través de las entrevistas: su análisis mediante la teoría fundamentada”, tanto como base teórica, como para la sistematización de la exposición; además consideraremos la categoría de *inducción analítica* como herramienta de análisis para los datos cualitativos, desarrollada por Schettini y Cortazzo (2015) en su libro *Análisis de datos cualitativos en la investigación social. Procedimientos y herramientas para la interpretación de la información cualitativa*.

3.1.1 Teoría fundamentada: definición y programa de aplicación

Enunciada por Strauss y Glaser en 1967, la *Teoría Fundamentada* (Grounded Theory), es una metodología de análisis que consiste en desarrollar teoría a partir de la recolección y análisis sistemático de datos empíricos:

Es una metodología de análisis unida a la recogida de datos, que utiliza un conjunto de métodos, sistemáticamente aplicados, para generar una teoría inductiva sobre un área sustantiva. El producto de investigación final constituye una formulación teórica, o un conjunto integrado de hipótesis conceptuales, sobre el área sustantiva que es objeto de estudio (citado en Hernández, 2014)

En este sentido, la Teoría Fundamentada permite indagar sobre los aspectos desconocidos de un fenómeno y aportar *conocimientos exhaustivos* de una realidad específica; construyendo *hipótesis, conceptos y proposiciones* partiendo directamente de los datos y no de supuestos a priori, de otras investigaciones o de cuerpos teóricos ya establecidos. A partir del análisis inductivo del conjunto de datos obtenidos se desarrollará una teoría que dé cuenta de la realidad del objeto de estudio. Aspecto importante para nuestro caso en el que no contamos con un acervo teórico definitorio

del mismo. En este contexto, que prioriza los datos por sobre los supuestos, se postula la entrevista en profundidad (Merlino, 2009) como herramienta de investigación. Pero para llegar a esta instancia, será necesario primero delimitar el fenómeno para, posteriormente, definir el campo de acción; esto quiere decir, determinar el problema, definir una serie de interrogantes que lo aborden y seleccionar la población pertinente a la información que necesitamos recabar. Sin embargo, debemos aclarar que, en los fundamentos de este modelo de teorización, tanto el mecanismo de selección de individuos a entrevistar como así también, el límite del muestreo, están sujetos al proceso de investigación; esto quiere decir que:

El muestreo teórico puede partir de grupos a comparar o de personas específicas, en ambos casos el muestreo no se basa en los criterios propios del muestreo estadístico. Así la representatividad de la muestra no se adquiere mediante el muestreo aleatorio ni estratificado, sino que los individuos son seleccionados dependiendo de las expectativas que nos generan de aportación de nuevas ideas en relación con la teoría que estamos desarrollando en función del estado en el que ésta se encuentre en ese momento preciso. Existen, por tanto, posibilidades infinitas de incorporación de nuevos sujetos, casos, etc., por lo que resulta crucial definir criterios para la limitación de la muestra, es decir, cuándo dejar de incorporar nuevos casos. Es aquí donde Glaser y Strauss incorporan el criterio de Saturación Teórica como el criterio para determinar cuándo dejar de muestrear los distintos grupos de relevancia de una categoría. Saturación, aquí, significa que no se hallan datos nuevos a través de los cuales se puedan desarrollar más cuestiones. La incorporación de nuevo material o de nuevos datos se acaba, según este concepto, cuando ya no emerge nada nuevo. (Hernández, 2014, p. 194)

La interpretación de los datos obtenidos de las entrevistas se denomina — siempre desde el marco de la Teoría Fundamentada—, **Codificación Teórica**. Esta instancia consta de tres procesos llamados Codificación Abierta, Codificación Axial y Codificación Selectiva. Según Hernández (2014), estos procedimientos no deben ser entendidos necesariamente como bloques separados sino más bien, como formas de abordaje del material procesado entre las que el investigador se puede mover y que puede combinar de ser necesario. A este punto, el autor, incorpora el concepto de *incidente* entendido como “la porción de contenido que el investigador separa por aparecer en él uno de los temas o palabra clave que se considera trascendente” (Hernández, 2014, p. 196). En este sentido, la detección del incidente es la que nos permitirá aclarar, segmentar, categorizar y conceptualizar los datos durante la Codificación Abierta. En esta instancia se pueden utilizar varias herramientas de análisis. Para el caso concreto de nuestra investigación, hemos decidido tratar la información desde la perspectiva de la *inducción analítica*, caracterizada por Schettini y Cortazzo (2015), como el proceso en el cual la tarea fundamental del investigador es:

construir los vínculos claves entre los diversos datos que le permitirán arribar a las afirmaciones. Para encontrar esos vínculos claves, el investigador busca patrones de generalización dentro del caso en consideración, en lugar de generalizar de un caso o un contexto a otro (...) Ese patrón se consigue conectando varios datos como manifestaciones semejantes, paralelas, de un mismo fenómeno. (p.31)

En este sentido, se trata de clasificar el material en bloques de materias significantes, expresándolos como conceptos. En esta instancia nos ayudaremos de un software de procesamiento de datos cualitativos, en este caso NVIVO 11 dado que:

Facilita la realización de las siguientes funciones: la división de los textos en unidades de significado (unidades textuales), la asignación de códigos y metacódigos, el recuento de unidades de texto codificadas, el establecimiento de relaciones jerárquicas entre las categorías, la modificación de los sistemas de categorías, el examen y la investigación

de documentos, la recuperación de textos a partir de la codificación realizada o de palabras de interés, la construcción de matrices textuales, el establecimiento de relaciones entre códigos o la comprobación de hipótesis de carácter cualitativo (...) Cabe destacar como principal ventaja del programa (...) la posibilidad de operar en el análisis cualitativo con una importante cuantía de documentos textuales, permitiendo trabajar con un número casi ilimitado de categorías y subcategorías pudiéndose comparar entre sí de forma abreviada en las matrices de intersección. De este modo, se consigue aligerar y avanzar en el tiempo las faenas más mecánicas de la investigación (...) En síntesis, la aplicación de este paquete informático favorece la búsqueda y recuperación de textos y codificaciones. (Valdomeros, Ponce de León y Sanz, 2011, p. 14)

Cabe aclarar que, si bien este software significa una importante herramienta de apoyo para el análisis, no puede realizarlo en sí mismo; el trabajo y los aportes del investigador son imprescindibles.

El paso posterior es la Codificación Axial en donde se hará un recorte y reorganización de las categorías que hayan surgido durante la Codificación Abierta, generando una nueva serie de relaciones entre los conceptos. En este segundo momento del análisis se combinarán el estudio cualitativo y el cuantitativo, dada la necesidad de medir el comportamiento de ciertas variables de interés para nuestra investigación. Se procederá entonces a implementar la **Matriz de ponderación de relaciones** (Soto, 2012) utilizando los criterios del **análisis semiótico del discurso** formulado por Greimas (1989): en este proceso los discursos se analizarán y ponderarán a partir de su capacidad relacional de implicación, contradicción y contrariedad.

El tercer estadio del proceso o Codificación Selectiva, implicará una vez más, la comparación constante y la inducción con el objetivo de arribar a una comprensión del

fenómeno, que proporcione un camino para la configuración de las categorías centrales, en torno a la cual se organizará la totalidad de las categorías.

Finalmente se arribará a la formulación de una Teoría Formal desarrollada en detalle y comprobada nuevamente ante los datos. El proceso de análisis finaliza entonces cuando se alcanza el punto de saturación teórica mencionado con anterioridad.

En resumen, se trata de codificar y analizar los datos con el fin de desarrollar conceptos que el investigador irá comparando y redefiniendo, explorando las relaciones de unos con otros para integrarlos en un cuerpo teórico coherente. La eficiencia del análisis se comprobará en la confrontación de las hipótesis emergentes con los datos recogidos en el trabajo de campo.

3.1.2 Diseño de la investigación y metodología implementada

Trabajar con un objeto de estudio poco visitado por la teoría crítica significa un gran desafío dado que nos encontramos ante un campo rico en posibilidades de producción, pero que, a la vez, implica la necesidad de buscar nuevos modos de abordaje que se acomoden de manera eficaz y significativa a nuestra investigación.

Como intentamos visibilizar en nuestro marco teórico, el *Concepto de diseño* ha sido un objeto poco abordado analíticamente y sistemáticamente, tanto desde el campo de la formación-investigación, como desde el profesional; dejando así un vacío semántico en cuanto a la idea, imagen mental y/o definición de *Concepto* como tal.

Con miras a desarrollar una propuesta teórica que se concentre en la definición, caracterización, desarrollo, evolución y posibilidades que representa el *Concepto de diseño*, en nuestro proceso de investigación, nos encontramos ante la necesidad de postular como punto de partida, la actividad, apropiaciones y usos que de éste se manejan hoy en las unidades académicas de formación en la disciplina, como espacio por excelencia de construcción y difusión de conocimientos.

Con tal fin, en nuestro caso, se optó por comenzar el desarrollo de la investigación con metodología cualitativa, a partir de la implementación de la técnica de la entrevista en profundidad. Para esta primera etapa del estudio cualitativo, se diseñó una guía de preguntas modelo que permitiesen el desarrollo de una exposición amplia y reflexiva de la producción discursiva de los/as entrevistados/as. Los temas a tratar fueron fijados en base a las necesidades de información y los objetivos de la investigación. Sin embargo —y manteniendo el carácter propio de la entrevista en profundidad—, se buscó mantener abiertos los límites de la indagación, para no coartar la posibilidad de surgimiento de núcleos temáticos que no hubiesen sido contemplados inicialmente por la investigación y que pudieran aportar material valioso para el desarrollo de nuestros objetivos. Así, por ejemplo, luego de la realización de las primeras entrevistas, se implementaron modificaciones, que ayudaron a profundizar en los puntos más relevantes para nuestro análisis.

Tabla 1. Modelo de guía de preguntas para la recolección de información sobre Concepto de diseño

¿Qué es <i>Concepto de diseño</i> desde tu perspectiva?
¿Cuáles fueron tus influencias o qué experiencias moldearon y formaron tu enfoque?
¿Cuál es la «naturaleza» del <i>Concepto de diseño</i> ?
¿Cómo se genera un <i>Concepto de diseño</i> ?
¿Cuándo debe generarse, en el proceso de diseño, el <i>Concepto de diseño</i> ?
¿Quién genera y/o qué actores participan en la conformación del <i>Concepto de diseño</i> ?
¿Hay diseño sin <i>Concepto</i> ?
¿El <i>Concepto</i> se plantea o se diseña?, ¿El <i>Concepto</i> se diseña?
¿Quién genera el <i>Concepto de diseño</i> : el usuario, el brief, la empresa contratante o el mismo diseñador?, ¿Qué actores actúan en su conformación?
¿Dónde se manifiesta o expresa el <i>Concepto de diseño</i> ?
¿Por qué o para qué utilizamos un <i>Concepto de diseño</i> en nuestro proceso proyectual?
¿Considera que el <i>Concepto de diseño</i> tiene/cumple una función en el Proceso de Diseño? ¿Cuál?
¿Qué rol cumple el <i>Concepto de diseño</i> ?
¿Generación de propuestas es lo mismo que generación de <i>Concepto</i> ?

¿Cómo ves la enseñanza del *Concepto* desde una vista macro: de Córdoba; y en micro: en relación a la S21 y la FAUD?

¿Cómo crees que se deba impartir su enseñanza? (Comentar experiencias pedagógicas pasadas).

¿Cuál es la visión global de la FAUD y la tuya propia, en relación a esta temática?

¿Encontrás dificultad en los estudiantes para asimilar estas ideas?

¿Cómo han sido tus experiencias pedagógicas hasta ahora sobre la temática conceptual? ¿Crees que es complicada (la experiencia pedagógica)? Alguna reflexión de cómo debería ser.

¿La pedagogía ha profundizado en el Diseño? Y, más específicamente, ¿en el terreno conceptual?, ¿Hay bibliografía sobre el tema de la pedagogía, en la enseñanza del Diseño?

¿Considerás que la pedagogía en el Diseño es difícil?

¿Cuáles son tus estrategias a la hora de transmitir *Concepto de diseño* a los alumnos?

Reflexión sobre la temática conceptual en la estructura de la S21.

¿Cómo resolvés la bajada pedagógica sobre *Concepto de diseño*?

Últimas reflexiones e introspecciones personales del *Concepto de diseño* (pueden ser experiencias vividas o anécdotas).

¿Considera que hay poco abordaje teórico sobre *Concepto de diseño*? ¿Cuál sería la causa?

La selección de los sujetos de estudio recayó fundamentalmente en los docentes de las materias nucleares de la carrera, tanto de la UNC como de la Universidad Siglo XXI: Diseño Industrial I, II, III, IV y V, con sus respectivas aulas-taller. Esta elección se debió a, que, en el desarrollo de estas materias, se trabaja la noción/función de *Concepto de diseño* dentro del proceso proyectual y/o proceso de diseño. La muestra se cerró en doce sujetos.

El discurso producido en las entrevistas fue grabado en audio y luego transcrito textualmente, para ser analizado. En esta instancia se decidió abordar la información segmentándola en tres ejes temáticos, que nos permitieran primero clarificar, analizar y entender las diferentes acepciones de *Concepto de diseño* trabajadas por los docentes de las materias nucleares de la carrera en las universidades locales; para luego explorar y

establecer la función o rol que el mismo cumple dentro del proceso proyectual, desde esta perspectiva; y, finalmente, indagar sobre los métodos de enseñanza y/o procesos pedagógicos utilizados en la transmisión de esta noción.

Mediante el procedimiento de *inducción analítica* asistida por el software de procesamiento de datos NVIVO 11, se desarrolló esta primera etapa de análisis cualitativo donde se identificaron las categorías iniciales a través de la codificación abierta propuesta por la teoría fundamentada. Según Strauss y Corbin "durante la codificación abierta, los datos se descomponen en partes discretas, se examinan minuciosamente, y se comparan en búsqueda de similitudes y diferencias" (citado en Hernández, 2014).

Sobre las categorías obtenidas en cada uno de los ejes temáticos, en un segundo momento del análisis de los datos cualitativos, se procedió a implementar la combinación del análisis semiótico del discurso, apoyado en la teoría de Greimas (1989), con la matriz de ponderación de relaciones (Soto, 2012).

Arribamos así al tercer estadio del análisis, donde a través de la comparación y redefinición de las relaciones entre categorías (Codificación Selectiva), generamos una serie de formulaciones, desarrolladas en detalle y plausibles de ser comprobadas nuevamente ante los datos, para integrarlas posteriormente, en un cuerpo teórico coherente.

A modo de resumen, presentamos el siguiente esquema:

Ficha Metodológica		
Investigación de enfoque cualitativo exploratorio		
Metodología cualitativa utilizada	Teoría Fundamentada	
Instrumento utilizado en la recolección de datos de campo	Entrevista en profundidad	
	Destinatarios	Tamaño de muestra
	Docentes de materias nucleares provenientes de las unidades académicas locales (FAUD-UNC y Universidad Siglo 21)	Saturación teórica alcanzada en 12 individuos
		Criterio de selección muestral
		No probabilístico por conveniencia
Primera fase de análisis	Codificación abierta	
	Metodología empleada	Análisis Inductivo Asistido mediante Software NVIVO 11
Segunda fase de análisis	Codificación axial	
	Metodología empleada	Matriz de relaciones ponderadas
	Criterio cuantitativo utilizado	Análisis semiótico Greimas
Tercera fase de análisis	Codificación selectiva	
	Metodología empleada	Análisis Inductivo

Figura 1. Ficha metodológica: Investigación cualitativa exploratoria.

4. ANÁLISIS

4.1 Aceptación(nes) de *Concepto de diseño*

Siguiendo la lógica de nuestro diseño de investigación y metodología aplicada, en la primera etapa de estudio cualitativo, se implementó la *entrevista en profundidad* como herramienta para la recolección de información: se probó una guía de pautas – preguntas disparadoras-, diseñada de tal manera, que permitiese el desarrollo de la producción discursiva de los/as entrevistados/as sobre el objeto de estudio; para este capítulo tomaremos concretamente, las concernientes a la definición de *Concepto de diseño*.

Si bien las pautas/preguntas fueron fijadas en base a las necesidades de información y los objetivos del estudio; la idea fue, en todo momento, dar lugar a la aparición de núcleos temáticos que no hubiesen sido contemplados inicialmente por el investigador. Por otra parte, en algunos casos particulares¹, las entrevistas partieron de la lectura y reflexión de la publicación *El concepto en el proceso de diseño. Enfoques y experiencias pedagógicas* (Armayer et al., FAUD, 2017); compendio en el que los entrevistados habían colaborado.

Luego de la realización de las primeras entrevistas, y con el fin de profundizar y particularizar la indagación, se implementaron agregados temáticos en la guía de pautas. Para el abordaje de nuestro primer eje temático, definición de *Concepto de diseño*, se elaboraron las siguientes preguntas:

Tabla 2. Guía de preguntas para la recolección de información sobre la *definición del Concepto de diseño*

-
- ¿Qué es *Concepto de diseño* desde tu perspectiva?
 - ¿Cuáles fueron tus influencias o qué experiencias moldearon y formaron tu enfoque?
 - ¿Cuál es la «naturaleza» del *Concepto de diseño*?
 - ¿Cómo se genera un *Concepto de diseño*?
 - ¿Cuándo debe generarse, en el proceso de diseño, el *Concepto de diseño*?
-

¹ Nos referimos a las entrevistas realizadas a Fernando Rosellini y Martín Fontana.

El discurso producido en las entrevistas fue grabado en audio y luego transcrito textualmente², para ser analizado – en un primer momento – a través de un proceso de inducción analítica (Schettini y Cortazzo, 2015) asistido por un software de procesamiento de datos cualitativos, en este caso, NVIVO 11. En esta primera etapa de análisis cualitativo se siguieron las pautas propuestas por la teoría fundamentada, identificando las categorías iniciales a través de la codificación abierta (Hernández, 2014).

De este análisis surgieron las siguientes catorce categorías:

Tabla 3. Codificación abierta de conceptos que involucran la definición del *Concepto de diseño*

Categorías	Síntesis
Investigación	<p>En tanto fase precedente en el proceso de diseño, se la entiende como <i>input</i> para la conformación del <i>Concepto de diseño</i>: recopila, analiza, interpreta y sintetiza los datos pertinentes para la elaboración posterior de la respuesta proyectual.</p> <p>No se puede generar un <i>Concepto de diseño</i> si no se ha realizado un estudio previo de una problemática y del contexto que la engloba. El <i>Concepto de diseño</i> se <i>alimenta</i> de eso, en tanto que intenta alcanzar un fin útil en la resolución de un problema particular.</p> <p>Aquí se llevan a cabo estudios profundos del segmento de mercado al cual se dirige; estudios de los factores mercadotécnicos</p>

² Tipo de transcripción *natural*: La transcripción natural es más flexible que la literal ya que elimina todo aquello que se considere irrelevante. De este modo la información aparece intacta pero presentada de un modo más profesional. Este tipo de transcripciones suele usarse, por ejemplo, en las entrevistas periodísticas. (Traducciones.com, 2015)

	<p>que se deberían tener en cuenta; y, por último, las estructuras mínimas de gestión proyectual que se seguirán para el cumplimiento de los plazos.</p>
Códigos Culturales	<p>En tanto sistema de convenciones establecidas dentro de una sociedad determinada, los códigos culturales deben ser interpretados para que el <i>Concepto de diseño</i> pueda interactuar y manejarse en el lenguaje cultural del destinatario. En este sentido, leer la cultura del destinatario y descifrar sus códigos de expresión, permitirá alcanzar un <i>Concepto de diseño</i> aprehensible por el medio que lo recibe.</p> <p>Input clave en la generación de <i>Concepto de diseño</i>.</p>
Constructo Teórico / Intelectual	<p>El <i>Concepto de diseño</i> se revela como el resultado de una construcción intelectual desarrollada a partir de la finalización de la etapa de investigación.</p> <p>Al manifestarse como un constructo realizado por el diseñador (o equipo de diseño), se muestra con diferentes niveles de desarrollo; algunos llegando a planos muy abstractos, mientras que otros pueden llegar a la caracterización de pautas bien definidas de lo que, principalmente, se busca (aquí es donde los Programa de Diseño son desempeñados y utilizados).</p> <p>Un <i>Concepto de diseño</i> implica un tiempo de creación, trabajo y reelaboración; es decir, se construye cognitivamente. En este sentido, se puede decir que el</p>

	<i>Concepto de diseño</i> , se diseña.
Núcleo	<i>Idea madre</i> que posibilita la producción de nuevas ideas, dando origen a la búsqueda y generación de alternativas de solución, ya sea de manera consciente o intuitiva. Su fin último es la generación de alternativas.
Mensaje	<p>El <i>Concepto de diseño</i> se manifiesta como un mensaje (objeto de comunicación y sentido profundo) que enviamos y que es percibido por el destinatario hacia el que se dirige nuestra respuesta proyectual.</p> <p>Cualquier forma en la que se pueda comunicar sirve para definir un <i>Concepto</i>, sin embargo, puede ser o no ser explícito.</p> <p>El mensaje debe traducirse en la realidad y poder llegar al entendimiento del usuario.</p> <p>Como lo que se busca es comunicarse con el usuario, se hace inevitable la vinculación con el mundo simbólico de sus construcciones culturales. El <i>Concepto</i> opera así a nivel discursivo: busca ser decodificado e interpretado por los destinatarios; demostrando ser un factor de éxito comunicativo cuando logra ser recibido y comprendido.</p> <p>La sensorialidad del usuario pasa a ser un factor importante en la percepción de este mensaje, mediante la materialidad de la respuesta proyectual y su consecuente uso e interacción.</p>
Pautas	En este sentido, el <i>Concepto de diseño</i> se

	<p>entiende como una construcción de los objetivos y metas. Su claridad, precisión y enfoque, posibilitan la homogénea interpretación por parte de cualquier equipo de trabajo.</p> <p>Se puede expresar como <i>rumbo</i> o <i>puntos eje</i> que es preciso, no solo tener en cuenta, si no también, poder alcanzarlo. Esta categoría comparte el funcionamiento y utilidad que provee un Programa de Diseño: se buscan características concretas para poder darles una respuesta funcional, lo que permite llevar a cabo decisiones de tipo programático.</p> <p>El <i>Concepto de diseño</i> se transforma en un objetivo a cumplir, en algo cuantificable, medible y tangible.</p>
Estrategia	<p>El <i>Concepto de diseño</i> se manifiesta como una estrategia de diseño: una manera de desempeñarse para poder dar una solución a una problemática realizando actos de construcción de ideas.</p> <p>Esta categoría se entiende o desarrolla más como una mecánica denominada <i>Conceptualización</i>; que como un objeto: <i>Concepto de diseño</i>.</p>
Etapas	<p><i>Concepto de diseño</i> como momento (paso) dentro del proceso de diseño, de su estructura metodológica.</p> <p>Etapas que busca concretar un <i>output</i> para la continuación de las etapas posteriores del proceso.</p>
Esencia / Alma del producto	El <i>Concepto de diseño</i> como la esencia de

	nuestra respuesta proyectual; es decir, lo que constituye la «naturaleza» de las cosas, su <i>ser</i> , lo que en ellas es permanente e invariable.
Intención	Como la determinación de la voluntad en orden a un fin (RAE, 2017); dentro del proceso de diseño, convergen las de todos los actores que participan en el mismo: diseñadores, clientes, usuarios, etc. Categoría procesada como otro input en la generación de un <i>Concepto de diseño</i> .
Valor agregado	Como un valor agregado o cualidad adicional , desde lo material hasta lo intangible. Puede sintetizarse como la propuesta de valor que dará nuestra respuesta proyectual al momento de resolver una problemática concreta.
Experiencia	El <i>Concepto de diseño</i> manifestado en la experiencia que vivirá el destinatario en su interacción con la respuesta proyectual.
Vínculo con el Usuario	El <i>Concepto de diseño</i> como vínculo emocional con el destinatario. Se busca materializar una representación justa de sus valores y atributos, para que, al momento de su interacción con la respuesta proyectual, las expectativas y aspiraciones del consumidor se realicen permitiendo la conexión emotiva.
Identidad	<i>Concepto de diseño</i> como la identidad de la respuesta proyectual. Se manifiesta como <i>hilo conductor</i> , consecuencia de sus características comunes, misma génesis conceptual y por lo tanto mismas

prioridades.

La impronta del diseñador (o equipo de diseño) juega un rol clave en este fenómeno.

Una vez obtenida esta primera codificación y siguiendo una vez más, las pautas propuestas por la teoría fundamentada, se procedió a realizar un recorte y reorganización de las categorías (Codificación Axial). En este segundo momento del análisis se combinaron el estudio cualitativo con el cuantitativo, dada la necesidad de medir el comportamiento de ciertas variables de interés para nuestra investigación. Se procedió entonces a implementar la Matriz de ponderación de relaciones (Soto, 2012) utilizando los criterios del análisis semiótico del discurso, formulado por Greimas (1989). En este proceso se ponderaron los discursos a partir de su capacidad relacional de implicación, contradicción y contrariedad.

La relación de **implicación** entre dos categorías significa la participación o consecución de las mismas; es decir, que, en la afirmación o negación de una, subyace la afirmación o negación de la otra. En este sentido, por ejemplo, en el estudio de la categoría «Estrategia», el análisis reveló una relación de implicación con la categoría de «Intención»; ya que, en la definición de la primera, donde el *Concepto de diseño* es una mecánica (que, como todo **modus operandi** debe inevitablemente contar con objetivos claros, entre ellos las intenciones buscadas en el proyecto), está implicada la segunda (en tanto que significa la determinación de la voluntad en orden a un fin determinado). Entonces, para poder llevar a cabo efectivamente una «Estrategia» es imprescindible saber qué se desea lograr con el proyecto, cuál es nuestra «Intención». Esta operación, nos permite articular ambas categorías en una construcción discursiva integradora.

Por otro lado, la relación de **contrariedad** supone la (posibilidad de) coexistencia de dos elementos, a diferencia de la relación de **contradicción** en la que los términos se excluyen. En nuestro análisis, la categoría de «Núcleo» reveló una relación de contrariedad con la de «Mensaje»: en la definición alcanzada durante la codificación abierta para «Núcleo», encontramos que *Concepto de diseño* es tal, en tanto que *idea madre* que posibilita la producción de nuevas ideas, dando origen a la búsqueda y generación de alternativas de solución; lo cual no necesariamente implica la

generación de un «Mensaje» como objeto de comunicación y sentido profundo. En este sentido, obras y proyectos pueden ser concretados sin la necesidad de partir de un «Mensaje», aunque finalmente comuniquen *algo*. Para el caso, ambas categorías pueden ser ajenas entre ellas, pueden concebirse independientemente sin implicar la existencia de la otra.

El siguiente esquema grafica la capacidad relacional de las categorías iniciales a partir de estos criterios de análisis discursivo:

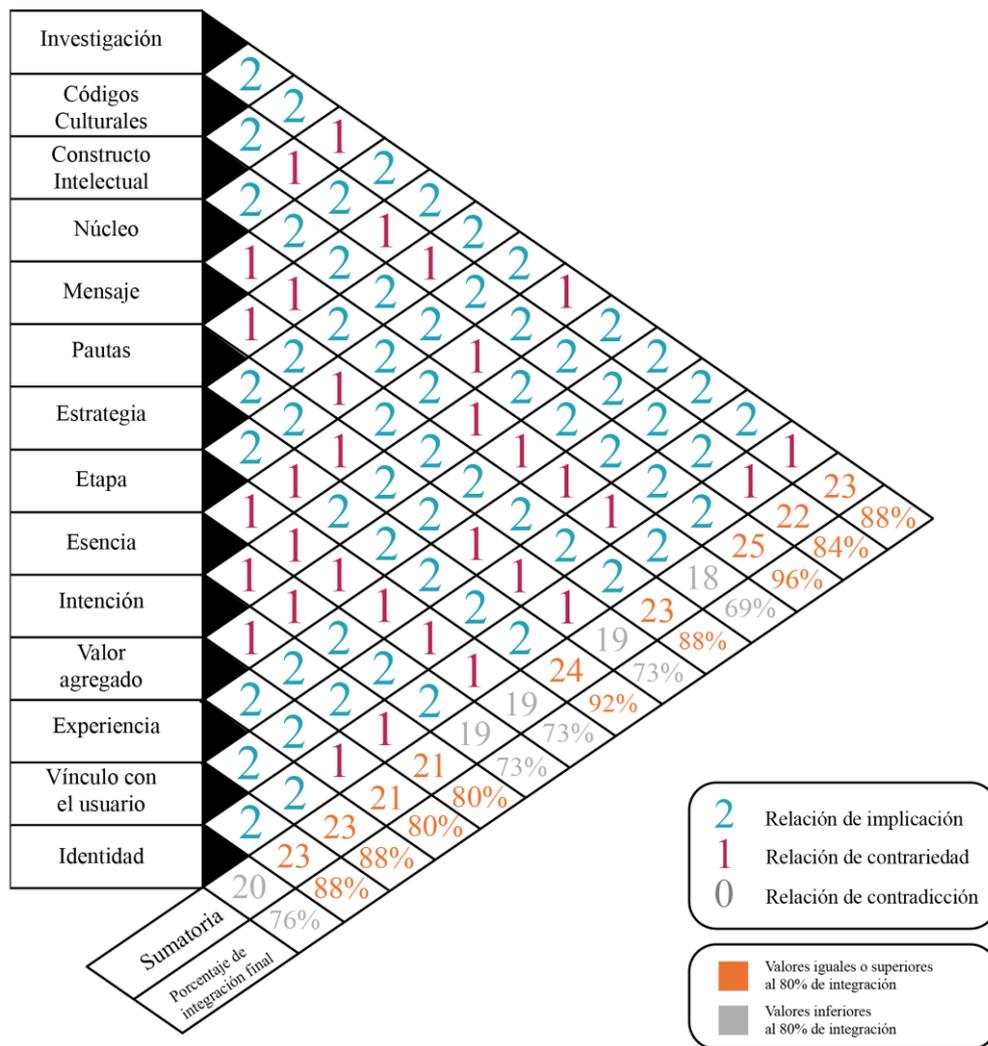


Figura 2. Matriz de ponderación: definición de Concepto de diseño.

Entonces, esta Matriz de ponderación de relaciones, combinada con el análisis discursivo greimassiano, permitió comprender y visibilizar aquellas categorías que

suponen un alto grado de implicación; es decir, una vez más, aquellas plausibles de integrarse en una misma propuesta teórica sobre la acepción de *Concepto de diseño*, dado que, en su estructura elemental de significación, se presuponen. El carácter cuantitativo de la Matriz, nos permitió a la vez, hacer uso de una escala de valor porcentual que asistiera, al mismo tiempo que verificara, los datos obtenidos de la categorización semántica. Debido al alto grado de complejidad de los conceptos encerrados en las categorías, se optó por considerar un promedio igual o mayor del 80% de implicación de las categorías analizadas. Aun así, el promedio de integralidad que demostraron tener las categorías entre sí, fue bastante alto.

Así la categoría «Investigación» en el análisis relacional con las demás categorías, reveló un alto grado de implicación con el resto, debido a su naturaleza de fase precedente de toda metodología proyectual en la disciplina. El Diseño atiende un sistema de necesidades (una problemática) del cual se debe, necesariamente, estar informado para poder detectarlo, tratarlo y solucionarlo correctamente. La «Investigación» implica la indagación sobre los «Códigos Culturales» donde se desempeñará la respuesta proyectual, así como también significa una «Etapa» más del proceso de diseño. No obstante, desde nuestra perspectiva, no implica necesariamente las categorías de «Identidad», «Núcleo» o «Esencia», en tanto que *hilo conductor, idea madre o naturaleza*, aunque no las excluye.

Por su parte, la categoría «Códigos Culturales», al reflejar todo el contenido cultural que tendrá la respuesta proyectual supuso una alta implicación con las demás; ya que son estos códigos los que deben ser *investigados* y procesados, para que puedan ser el medio en el que se transporte el «Mensaje» hacia la materialidad de la «Experiencia». Esto dará también un sentido de pertenencia, ya que el *vínculo* comunicativo se da en la esfera de la percepción del usuario. Esto ayudará a su comprensión, uso y finalmente vinculación. Lo cultural es propio del humano, por lo cual no es erróneo considerar que los proyectos que cuenten con códigos de este tipo, sean dotados de «Esencia», sean *humanizados*.

La categoría «Constructo Intelectual» entendida como *procesos cognitivos*, se encuentra implicada en casi la totalidad de categorías, ya que éstas requieren de un desarrollo por parte del diseñador (o equipo de diseño) a través de todo el proceso proyectual.

«Núcleo» es una de las categorías que no superó el piso porcentual requerido para su articulación dentro de un discurso integrador coherente, dado que en la red de relaciones binarias de la que se compone nuestro análisis, no representó mayores relaciones de implicación; es decir, que, en el análisis de las unidades de sentido, sus rasgos elementales, no constituyeron mayor vinculación semántica o lógica con el resto. En este sentido, entendimos que definir *Concepto de diseño* como una *idea madre* que posibilita la producción de alternativas de solución, conlleva a circunscribirlo a una etapa «creativa» -única/estática- del proceso. Este núcleo de generación puede no ser necesariamente concebido como un «Mensaje» o «Pautas» a la hora de la aplicación. Es aquí donde entran en juego la naturaleza de los disparadores, que pueden no estar orientados hacia nuestros objetivos, relación con el usuario o la concepción de un plusvalor. Sin embargo, debido a la generación producida de variantes de solución o propuestas, es plausible de ser entendida como «Estrategia» que el diseñador o equipo de diseño, deben ejercer al momento de proposición. Este núcleo de generación influirá en la «Identidad» lograda con el proyecto, ya que marcará los lineamientos de todo el desarrollo venidero y por lo tanto en la «Esencia» de la respuesta final.

Así como «Núcleo», las categorías «Pautas», «Etapa», «Esencia» e «Identidad» tampoco alcanzaron los valores necesarios para ser consideradas para una posterior articulación discursiva. Lo que no implica que los términos carezcan de veracidad o valor, sino que, en la operación analítica, no expresaron una mayor capacidad relacional de implicación con el resto de las categorías. Por ejemplo, si entendemos *Concepto de diseño* como una «Etapa» dentro del proceso de diseño, circunscripta a un solo momento, puede no garantizar la efectiva realización de la «Experiencia» y la consecuente «Vinculación con el usuario», repercutiendo tanto en su «Identidad», como en su «Esencia». Así mismo, el acto de dotar de esencia a los productos puede prescindir de operaciones cognitivas, un gran ejemplo de esto es el universo del Arte.

Si bien, como dijimos más arriba, la generación de alternativas puede no estar conducida por un «Mensaje» concreto, entender *Concepto de diseño* como tal, implica una construcción cognitiva previa y (hasta) constante basada en los datos de investigación y códigos culturales del entorno donde proyectaremos, ya que el propósito de cualquier mensaje es poder ser recibido, decodificado y comprendido; el objetivo es producir al menos un vínculo comunicativo, por lo que, además, circunscribirlo simplemente a una etapa determinada dentro del proceso, supone falsear sus

características esenciales. A partir entonces de este análisis de las relaciones de la categorías con las demás, se visibiliza su gran porcentaje de implicación con el resto de los núcleos semánticos.

En tanto que la categoría «Estrategia» entendida como mecánica de *conceptualización*, se nutre de una fase investigativa precedente y de las de intenciones del proyecto, realizando actos de construcción de ideas para poder generar así un mensaje y un número de pautas, que serán las encargadas de dirigir el pensamiento creativo en la producción de propuestas y su refinamiento.

Las categorías de «Intención» y «Valor agregado» también lograron alcanzar el grado de implicación requerido para su articulación, debido a que, en su definición como voluntad en orden a un fin y valor o cualidad adicional, respectivamente; participan en la «Investigación», los «Códigos culturales», el «Mensaje», la «Estrategia», la «Experiencia» y el «Vínculo con el usuario», entre otros.

Finalmente, el grado de implicación de las categorías de «Experiencia» y «Vínculo con el usuario» se manifestó en tanto que, es en la experiencia de uso que se produce la conexión emocional con el destinatario, la cual acarrea el trabajo y el involucramiento de todas estas categorías. Recordemos que el análisis propuesto tiene como fin revelar aquellas categorías que en su significación posibiliten la construcción de un discurso integrador y que en ningún momento fue lineal; el cruce en esta red de relaciones binarias, requirió, sin embargo, de un constante desplazamiento a través de todas las categorías.

Arribamos así al tercer estadio del análisis, donde a través de la comparación y redefinición de las relaciones entre categorías (Codificación Selectiva), generamos una serie de formulaciones, desarrolladas en detalle y plausibles de ser comprobadas nuevamente ante los datos, para integrarlas posteriormente, en un cuerpo teórico coherente.

A partir entonces, de este tercer proceso analítico y en un primer (y parcial) ensayo teórico, podemos decir que, una vez que la problemática ha sido revelada y definida para marcar los límites en los que el diseñador (o equipo de diseño) deberá moverse (Munari, 1983), se lleva a cabo la comprensión del sistema de necesidades que la engloba y en donde debe darse una respuesta proyectual.

La cultura del destinatario, con sus códigos de expresión, resulta ser un factor indispensable para poder establecer cualquier intento de comunicación con éste. En este sentido, posibilitar el lenguaje y la relación entre destinatario y respuesta proyectual concierne al *Concepto de diseño*: se diseña para un destinatario, de una cierta comunidad cultural, en un momento determinado.

Por lo tanto, los códigos culturales deben ser incluidos y trabajados en la investigación para que el *Concepto de diseño* pueda interactuar y manejarse en el lenguaje cultural del destinatario, una vez materializado en la propuesta proyectual.

Los códigos culturales son el lenguaje de nuestro destinatario; no hacemos referencia solo a los sistemas de lenguas, sino a su entendimiento mismo: su percepción. Por lo tanto, la investigación no puede omitirlos en su abordaje.

Todo el fenómeno de la generación de un *Concepto de diseño* se realiza pensando en la cultura que lo recibirá. Sólo así operará en un alto grado de eficacia ya que su fin último, es que el usuario pueda primero entenderlo y luego vincularse con éste.

En este sentido, la etapa de **investigación** debe necesariamente indagar sobre los **códigos culturales**, ya que estos representarán todo el contenido cultural de desarrollo para nuestro *Concepto de diseño*, lo que, en caso de ser exitoso, posibilitará la comunicación con el destinatario, permitiendo que la **experiencia** se cumpla.

En base a esta síntesis, se establecen las **intenciones** para con el proyecto a desarrollar. El grado de interacción y desarrollo entre estas categorías («Investigación» + «Intenciones») da lugar a la concreción de un grupo de pautas y objetivos que se tendrán en cuenta en todo el desarrollo venidero. Aquí es donde aparecen los conocidos **Programas de Diseño**, resultado de la unión entre investigación realizada y el cuerpo de intenciones que se tienen con el proyecto de diseño.

Las intenciones tienen un papel fundamental ya que, su intervención en la producción de la fase de investigación, dará un conjunto de pautas que deberán tenerse en cuenta en la proyección consecuente. Este tipo de desarrollo es el que encarna el Programa de Diseño. En este sentido, decimos que el Programa de diseño se revela como la conformación de una construcción de intenciones.

En la génesis del *Concepto de diseño*, luego de haberse concretado la etapa de investigación, se manifiesta su carácter de construcción intelectual, la cual empezaremos a desarrollar (Esta es la etapa, que en la metodología proyectual de Munari, se la denomina Creatividad). El *Concepto de diseño* se revela inicialmente como una **construcción intelectual** con miras a manifestarse en la realidad material del proyecto. Es un constructo al que deberemos darle forma, construirlo y refinarlo, por lo que en su desarrollo se manifestarán capas o estadios de desarrollo. El *Concepto de Diseño* se define como un objeto dinámico que no posee restricciones en cuanto a su desarrollo. Que ese concepto llegue a un nivel de construcción *adecuado o apropiado* para el proceso proyectual y los objetivos, es el desafío creativo del hacer del diseñador.

Por esto mismo, un *Concepto de diseño*, toma un cierto tiempo de desarrollo, ya que se da un fenómeno que podemos llamar *Metadiseño*. La reconstrucción y la reelaboración se hacen presentes en este acto de construcción mental: el *Concepto de diseño* se diseña en el sentido de que se construye. En este sentido, el concepto no posee una definición estática, ni siquiera en el desarrollo del proceso. Se manifiesta como una construcción intelectual y cognitiva de datos de todo tipo, que buscan una integración con los objetivos del proyecto. Es por esta razón que se lo denomina una **estrategia**, un *modus operandi*, porque el *Concepto* se construye; debe concretarse en una construcción de sentido que englobe, como veremos más adelante, en el vínculo deseado con el destinatario. Cuando se lo define o limita en plazos o momentos, el *Concepto de diseño* sí pasa a tener límites temporales para su construcción. Por esto mismo no sólo debe ser construido, sino también sintetizado. Si bien, la ausencia de síntesis no negará la existencia de un *Concepto de diseño*, producirá una falta de forma que puede conducir a la ausencia de comprensión.

Pero: ¿Cuál es el objetivo de esta construcción intelectual que denominamos como *Concepto de diseño* en desarrollo? Su objetivo es la síntesis en un **mensaje** que refleje la compenetración con el destinatario al momento de solucionar su problemática. En este sentido decimos que es un mensaje que engloba y sintetiza la construcción de ideas y relaciones hechas, para poder entablar el diálogo entre la respuesta proyectual y el usuario. Debe ser percibido y aquí es donde la denominación *mensaje* toma auge ya que, nuestro *Concepto de diseño*, debería estar concretizado de manera teórica –en esta instancia- en el lenguaje cultural del destinatario: debe poder comprenderlo al momento

de interactuar con la propuesta. Debe ser decodificado por el usuario, de ahí su receptividad para que posibilite la conexión en el plano emotivo.

Cualquier forma de comunicación puede transportar un *Concepto de diseño*, sin embargo, eso no garantiza que pueda ser comprendido por el usuario; donde volvemos nuevamente a los códigos culturales, reafirmando su importancia en la génesis del *Concepto*, ya que, al movernos en un plano comunicativo, nos vinculamos con el mundo simbólico de sus construcciones culturales, como dijimos anteriormente. El *Concepto de diseño*, se ve sintetizado en este mensaje que se quiere comunicar, que debe poder manifestarse en la realidad, para así alcanzar la recepción del usuario mediante su decodificación, interpretación y finalmente experiencia de uso. Con esto finaliza el desarrollo teórico-mental y se pasa hacia fases más materiales en nuestro proceso de construcción de *Concepto de diseño*.

Resumiendo, para que nuestro *Concepto de diseño* pueda ser comprendido por nuestro destinatario deberá transformarse en un mensaje sintetizado. Todo ese constructo intelectual termina dando forma a un mensaje de cierto tipo. Este mensaje teórico termina siendo la síntesis última de nuestra construcción intelectual, que regirá el proceso de traspaso hacia la materialidad, para poder generar un impacto real en el destinatario y así desarrollar un vínculo.

En el momento de la interacción de la respuesta proyectual con el destinatario, se pone a prueba la posibilidad de efectuar la decodificación de este mensaje. De ser así, la comunicación habrá sido posible y se permitirá la experiencia del *Concepto de diseño* mismo que subyace a la respuesta proyectual. El mensaje se habrá materializado. La apreciación de la experiencia dará lugar a un vínculo emotivo. El impacto logrado será profundo.

El *Concepto de diseño* pasa de su desarrollo como mensaje hacia la **experiencia** misma: el destinatario lo decodificará al momento de interactuar con la respuesta proyectual. Se busca entonces materializar una representación de sus valores y atributos, para que, al momento de la interacción con la respuesta proyectual, la integridad emocional se desarrolle. Ésto posibilitará la creación de un **vínculo**, ya que el *Concepto de diseño* pudo ser decodificado, interpretado y entendido mediante la experiencia de uso.

Luego de finalizada su materialización, el *Concepto de diseño* se termina de definir como un valor agregado que permitió la resolución de una problemática, llegando a un grado de impacto y compenetración profunda con nuestros destinatarios.

El diseño siempre busca el mayor impacto, el *Concepto de diseño* posibilita ese impacto.

Toda esta construcción, al tener fases de desarrollo, revela su naturaleza de proceso de generación. La conceptualización como una estrategia aparece ante nosotros integrando perfectamente todo este fenómeno de construcción total de *Concepto de diseño*.

Poder decir de qué manera un proyecto puede integrarse con el usuario, es en lo que se basa la utilidad básica del *Concepto de diseño*. ¿Qué tanto se compenetrará con nuestro usuario? ¿Se busca la satisfacción de objetivos de producción o algo más? Si buscamos generar un vínculo emocional de alguna índole con el destinatario, la propuesta, debe ser manifestada en un mensaje material que pueda ser entendido y consecuentemente experimentado en la realidad.

4.2 Rol (función) del *Concepto de diseño*

Siguiendo una vez más la lógica de nuestro diseño de investigación y metodología aplicada, para la primera etapa de estudio cualitativo, se implementó la entrevista en profundidad como herramienta de recolección de información; para este nuevo eje temático, se diseñó una guía de preguntas que permitiese la indagación sobre el Rol (o función) del *Concepto de diseño* en el proceso proyectual.

Como en el capítulo precedente, las preguntas fueron elaboradas en base a las necesidades de información y los objetivos del estudio; pero abiertas a la aparición de núcleos temáticos no contemplados inicialmente por el investigador. Aquí también, en algunos casos particulares³, las entrevistas partieron de la lectura y reflexión de la publicación *El concepto en el proceso de diseño. Enfoques y experiencias pedagógicas* (Armayer et al., FAUD, 2017); compendio en el que los entrevistados habían colaborado.

Al igual, que cuando indagábamos sobre La(s) Aceptación(es) de *Concepto de diseño*, tras la realización de las primeras entrevistas, y con el fin de profundizar y particularizar la investigación, se implementaron agregados en la guía de preguntas. Para el abordaje de este segundo eje temático, Rol (función) del *Concepto de diseño*, se elaboraron las siguientes preguntas:

Tabla 4. Guía de preguntas para la recolección de información sobre Rol (función) del *Concepto de diseño*⁴

¿Hay diseño sin *Concepto*?

¿El *Concepto* se plantea o se diseña?, ¿El *Concepto* se diseña?

¿Quién genera el *Concepto de diseño*: el usuario, el brief, la empresa contratante o el mismo diseñador?, ¿Qué actores actúan en su conformación?

³ Ídem pie de pág. 2.

⁴ Para las entrevistas realizadas a Fernando Rosellini y Martín Fontana se elaboraron las siguientes preguntas particulares, que no incluimos en la tabla general para preservar la transparencia del texto: «Dependiendo del enfoque de diseño que se adapte, el concepto de diseño incidirá en el rumbo proyectual del proceso de diseño». ¿El rumbo proyectual del proceso de diseño determina el tipo de concepto o su consecuente posición?» (Ver Anexo 3).

«El concepto sirve para enfocar, de guía dentro del No Todo Iluminado terreno de la búsqueda de alternativas, es el puente de lo racional-conceptual, a lo gráfico- intuitivo». ¿Podrías explicar esto? ¿Estás hablando de la etapa de generación de alternativas?» (Ver Anexo 1).

«Sin un concepto el lápiz es proclive a la frivolidad.. Podrías explicar el uso de esta cita» (Ver Anexo 1).

-
- ¿Dónde se manifiesta o expresa el *Concepto de diseño*?
- ¿Por qué o para qué utilizamos un *Concepto de diseño* en nuestro proceso proyectual?
- ¿Considera que el *Concepto de diseño* tiene/cumple una función en el Proceso de Diseño? ¿Cuál?
- ¿Qué rol cumple el *Concepto de diseño*?
- ¿Generación de propuestas es lo mismo que generación de *Concepto*?
-

Una vez más, el discurso producido en las entrevistas fue grabado en audio y luego transcrito textualmente⁵, para ser analizado – en un primer momento – a través de un proceso de inducción analítica (Schettini y Cortazzo, 2015) asistido del software de procesamiento de datos cualitativos NVIVO 11; siguiendo las pautas propuestas por la teoría fundamentada para la identificación de las categorías iniciales a través de la codificación abierta (Hernández, 2014).

De este análisis surgieron las siguientes dieciséis categorías:

Tabla 5. Codificación abierta de conceptos que involucran el Rol (función) del Concepto de diseño

Categorías	Síntesis
Rol Herramienta	El <i>Concepto de diseño</i> es utilizado como herramienta en el proceso de diseño: cualidad instrumental. Ayuda a desarrollar y guiar el pensamiento creativo.
Rol Movilizador	Vehículo movilizador que nos permite alcanzar los objetivos esperados en la resolución de problemas. No solo permite transitar distintas áreas del conocimiento, sino también, desde dónde se los enfoca. De la heurística a lo lineal y viceversa. Estos <i>viajes</i> dejan huellas visibles en el desarrollo del proceso de diseño.
Rol Conector	Ligado a la investigación (etapa primigenia), esta función alude a la

⁵ Ídem pie de pág. 2.

	<p>calidad de interface del <i>Concepto de diseño</i>: entre investigación y creatividad.</p> <p>El <i>Concepto de diseño</i> cumple el rol de conectar las etapas teóricas con las creativas de proposición. Se presenta como el nexo entre <i>terminar de conocer y empezar a crear</i>.</p>
<p>Rol Materializador</p>	<p>La materialidad no queda por fuera del <i>Concepto de diseño</i>: su construcción contiene (o aspira a) la posibilidad de traspaso hacia la manifestación material en la realidad. Es decir, de la <i>idea</i> de producto a la <i>concreción</i> de un producto de consumo industrializable, destinado a un usuario.</p> <p>Desde su génesis teórica, el <i>Concepto de diseño</i>, busca manifestarse en la realidad: <i>poder ser</i>; poder transformarse en un producto concreto que dé solución a un problema concreto.</p> <p>El aspecto funcional también puede (y debe) entenderse como parte del <i>Concepto</i> mismo. Su construcción puede englobar los materiales o la necesidad funcional como ejes. Cuando se trata de productos de alto requerimiento funcional, el <i>Concepto</i> opera más en cuestiones de resoluciones técnicas, para permitir la materialidad de la respuesta proyectual. El rol Materializador del <i>Concepto de diseño</i> se manifiesta principalmente en este tipo de prácticas de diseño.</p>
<p>Rol y Propiedad Interdisciplinaria</p>	<p><i>Concepto de diseño</i> como pieza <i>-espacio</i></p>

	<p><i>de encuentro</i>- que posibilita el diálogo y trabajo entre las diferentes disciplinas y actores que toman parte en el desarrollo de la búsqueda de solución a una problemática (esto también engloba áreas internas y externas de las organizaciones). Al posibilitar la comunicación entre diferentes áreas, toma relevancia en los procesos de toma de decisiones; pudiendo mantener la multidisciplinariedad alrededor de una única temática y así tener una llegada más fuerte en la propuesta.</p>
Rol Síntesis	<p>Como resultado de una fase de síntesis, el <i>Concepto de diseño</i>, se presenta como la construcción simplificada y precisa de las intenciones de diseño.</p> <p>Estos procesos de síntesis pueden llevarse a cabo también de manera intuitiva.</p>
Rol Generador	<p>El <i>Concepto de diseño</i> como lo que genera-produce las construcciones a realizar.</p> <p>Incentiva la generación de pensamientos y resoluciones que pueden llevar al desarrollo de la solución proyectual.</p> <p>Esta función se manifiesta en la etapa de proposición y búsqueda de alternativas.</p> <p>Su instrumentación en la generación de ideas permitirá sentar las bases concretas para la proposición.</p>
Rol Guía/Rector	<p>El <i>Concepto de diseño</i> como guía que utilizamos para obtener la solución a una problemática. La función de orientación se hace presente en el hacer proyectual.</p>

	<p>Establece el rumbo y oficia de construcción rectora en la proposición. Todos los factores constitutivos de la respuesta proyectual serán contemplados y supeditados al planteo rector del <i>Concepto de diseño</i>.</p> <p>Se revela como una situación o planteamiento que nos permite proyectar de manera focalizada. Sirve para enfocar y guiarnos en el terreno de la búsqueda de alternativas, delimitando los parámetros en los que moverse en el desarrollo de propuestas.</p>
Rol Esencial	<p>Como <i>factor</i> que otorga <i>esencia</i> (lo que <i>es</i>) a nuestra respuesta proyectual.</p> <p>Construcción y experiencia última que desarrolla el Usuario.</p>
Rol Disruptivo	<p>El <i>Concepto de diseño</i> como elemento que produce disrupción: implica, generalmente, un cambio de paradigma.</p> <p>Aquí se revela su carácter innovador.</p>
Rol Cohesivo Estructural	<p>El <i>Concepto de diseño</i> como la estructura que da coherencia al recorrido proyectual realizado: las respuestas al <i>por qué</i> de determinado desarrollo, están englobadas en éste.</p> <p>Acompaña, soporta y fortalece la práctica de diseño mismo.</p>
Rol Comunicativo	<p>En su función comunicativa, permite la vinculación del destinatario con la respuesta proyectual: al desarrollarse el acto de comunicación entre éstos, se revela un discurso que lo trasciende y lo</p>

	<p>vincula con el mundo simbólico de las construcciones culturales. El <i>Concepto de diseño</i> se manifiesta en discursos que deben ser plausibles de comprender dentro de los códigos culturales del destinatario, para que puedan ser decodificados y percibidos de la manera que se deseó en la proyectación.</p> <p>Cuando hay sentido y comprensión en este acto comunicativo, se da lugar a la creación de un vínculo entre respuesta proyectual y usuario: debe poder comprenderse objetiva y funcionalmente. Este acto de interacción comunicativa es complejo, ya que son varios los factores culturales que atraviesan al usuario al momento de encontrarse con la manifestación material del <i>Concepto de diseño</i> de un producto determinado (nuestra propuesta de diseño).</p>
<hr/> <p>Rol Fruición</p>	<p><i>Concepto de diseño</i> como elemento que aporta <i>fruición</i> al producto, lo que se traduce como disfrute del objeto en uso: sensaciones placenteras que produce un objeto cuando es utilizado.</p>
<hr/> <p>Rol Fundador</p>	<p>En tanto fundamento, el <i>Concepto de diseño</i>, se manifiesta como principio u origen en que se asienta el desarrollo proyectual: base en la que se afirma la solución buscada.</p>
<hr/> <p>Rol Reflexivo</p>	<p>El <i>Concepto de diseño</i> como reflexión acerca de lo que se busca: generar un <i>Concepto</i> implica tratar de responder una</p>

	<p>pregunta proyectual, por ejemplo: ¿Qué lugar va a tener determinado producto en la sociedad, en el usuario, en el entorno tecnológico? Es aquí donde aparece la primera línea para la elaboración del <i>Concepto de diseño</i>.</p> <p>Se descubren los espacios de reflexión necesarios para delimitar los espacios de planificación.</p>
Rol Traductor	<p>El <i>Concepto de diseño</i> como pieza que permite el traspaso entre diferentes lenguajes.</p> <p>La transmisión y la decodificación del mensaje son procesos inherentes a esta función.</p>

Una vez obtenida esta primera categorización, dentro de la Codificación Axial se analizaron los datos por operación de combinaciones de binarias, en su relación de implicación, contrariedad y contradicción (Greimas, 1989); y se ponderaron cuantitativamente mediante la Matriz de ponderación de relaciones (Soto, 2012).

Tras el análisis, en esta oportunidad, tres categorías no alcanzaron en grado de integración necesario para su incorporación en una misma propuesta teórica sobre el Rol del *Concepto de diseño*: las categorías «Rol Disruptivo», «Rol de Fruición» y «Rol Reflexivo» en su estructura elemental de significación, no participan plenamente de la definición del eje semántico.

Decíamos entonces, que, del total de categorías codificadas en la primera instancia, el 81,25 % superó la Matriz de ponderación; es decir que, al momento de definir el Rol del *Concepto de diseño*, en el proceso de Codificación Selectiva, buscamos integrar de forma coherente estas categorías significantes, visibilizando, así también, su capacidad relacional de implicación.

El siguiente esquema grafica la capacidad relacional de las categorías iniciales:

determinado; los diferentes aspectos funcionales del *Concepto de diseño*, pueden ser entendidos de este modo.

Es una *herramienta movilizadora y generadora* en tanto que impulsa y permite desarrollar las acciones y/o mecanismos –camino-, que determinaran no solo la generación de alternativas sino, además, el proceso proyectual mismo. A sí mismo, es una *herramienta de conexión y cohesión* entre las diferentes etapas de ese *camino*, incluyendo además el aspecto *interdisciplinar* que un proceso de diseño generalmente implica.

Desde esta función instrumental también se entienden su rol de *fundador y rector* ya que, en su definición y/o construcción se sentarán las bases donde se apoya y los parámetros que contienen a la respuesta proyectual.

En relación a su rol de *traductor y comunicador*, el *Concepto de diseño*, se presenta una vez más como una herramienta, ya que la amplitud del término, lejos de producir ambigüedad o indeterminación, nos permite enfocarnos en las especificidades. Es decir, sabemos que el *Concepto de diseño* es una herramienta que nos permite no solo el traspaso entre diferentes tipos de lenguajes, sino también, la posibilidad de comunicar un mensaje; sin embargo, el diseño e implementación de esta herramienta no está determinado a priori (o no debe responder a un modelo único) sino que dependerá de la naturaleza de cada proyecto en particular. Por esto mismo o, en consecuencia, consideramos que su rol de *síntesis* se evidenciará cuando este mensaje se convierta en experiencia en el usuario; lo que a la vez determinará su *esencia*.

A partir de lo expuesto hasta aquí, decimos que, el *Concepto de diseño* tiene un rol esencialmente de herramienta que responderá a la naturaleza y particularidades de cada proceso proyectual: sus intenciones y mensaje; en este sentido, hablamos de estrategia. Sin embargo, cabe destacar que, siendo el objetivo mismo de la disciplina, producir soluciones que el destinatario pueda adquirir y utilizar en su contexto —un producto de consumo industrializable—, no se puede concebir *Conceptos* que no cumplan con el rol materializador: es en la (posibilidad) concreción de la idea/construcción que se manifestará el *Concepto*.

4.3 Métodos de enseñanza y/o procesos pedagógicos realizados en la transmisión de *Concepto de diseño*

A diferencia de los dos primeros ejes temáticos (Acepción(es) y Rol(es) de *Concepto de diseño*) en los que se centró nuestra investigación, los métodos de enseñanza y/o procesos pedagógicos que se desarrollan y/o utilizan en la transmisión del *Concepto de diseño*, en las materias nucleares de la carrera de Diseño Industrial, de las casas de estudios superiores que hemos considerado para nuestro trabajo, no solo están fuertemente determinados por las circunstancias materiales: económicas, sociales y políticas-, tanto de las universidades como del medio que las contiene y con el que interactúan; sino que además, todos, de alguna manera, han demostrado en su uso práctico, ser un recurso valioso para los docentes. No obstante, en esta aclaración, no pretendemos enumerar las diferentes experiencias recabadas en nuestro proceso de investigación, sino más bien, exponer, analizar y explicar cómo ciertos mecanismos responden en consecuencia a un estado temprano y particular (específico) en el que se encuentra la disciplina actualmente a nivel local.

Una vez más procedimos de acuerdo a la lógica de nuestro diseño de investigación y metodología aplicada; por lo cual, para la primera etapa de estudio cualitativo, se implementó la entrevista en profundidad como herramienta de recolección de información: en este caso se probó una guía de pautas–preguntas disparadoras, diseñada para permitir el desarrollo de la producción discursiva de los/as entrevistados/as sobre el objeto de estudio; es decir, los Métodos de enseñanza y/o procesos pedagógicos realizados en la transmisión de *Concepto de diseño*, en las materias nucleares de la carrera de Diseño Industrial, de las casas de estudio de nivel superior de la ciudad de Córdoba.

Nuevamente, la guía de pautas se elaboró atendiendo a las necesidades de información y los objetivos del estudio; y, a posibilitar la aparición de núcleos temáticos que no hubiesen sido contemplados inicialmente. Como sucedió con los ejes temáticos desarrollados en los capítulos precedentes, también aquí, tras la realización de las primeras entrevistas, y con el fin de profundizar y particularizar la indagación, se implementaron agregados temáticos en la guía de pautas.

Para este eje temático particular, se elaboraron las siguientes preguntas guías:

Tabla 6. Guía de preguntas para la recolección de información sobre los métodos de enseñanza y/o procesos pedagógicos realizados en la transmisión de *Concepto de diseño*

¿Cómo ves la enseñanza del *Concepto* desde una vista macro: de Córdoba; y en micro: en relación a la S21 y la FAUD?

¿Cómo crees que se deba impartir su enseñanza? (Comentar experiencias pedagógicas pasadas).

¿Cuál es la visión global de la FAUD y la tuya propia, en relación a esta temática?

¿Encontrás dificultad en los estudiantes para asimilar estas ideas?

¿Cómo han sido tus experiencias pedagógicas hasta ahora sobre la temática conceptual? ¿Crees que es complicada (la experiencia pedagógica)? Alguna reflexión de cómo debería ser.

¿La pedagogía ha profundizado en el Diseño? Y, más específicamente, ¿en el terreno conceptual?, ¿Hay bibliografía sobre el tema de la pedagogía, en la enseñanza del Diseño?

¿Considerás que la pedagogía en el Diseño es difícil?

¿Cuáles son tus estrategias a la hora de transmitir *Concepto de diseño* a los alumnos?

Reflexión sobre la temática conceptual en la estructura de la S21.

¿Cómo resolvés la bajada pedagógica sobre *Concepto de diseño*?

Últimas reflexiones e introspecciones personales del *Concepto de diseño* (pueden ser experiencias vividas o anécdotas).

¿Considera que hay poco abordaje teórico sobre *Concepto de diseño*? ¿Cuál sería la causa?

El discurso producido en las entrevistas fue grabado una vez más en audio y luego transcrito textualmente⁶, para ser analizado a través de un proceso de inducción analítica (Schettini y Cortazzo, 2015) asistido de un software de procesamiento de datos cualitativos: NVIVO 11. En esta primera etapa de análisis cualitativo se siguieron las pautas propuestas por la teoría fundamentada, identificando las categorías iniciales a través de la codificación abierta (Hernández, 2014).

De este análisis surgieron las siguientes dieciséis categorías:

⁶ Ídem pie de pág. 1.

Tabla 7. Codificación abierta de conceptos que involucran los métodos de enseñanza y/o procesos pedagógicos realizados en la transmisión de *Concepto de diseño*

Categorías	Síntesis
Disciplina Joven	En el contexto local, el Diseño Industrial como disciplina se encuentra en una etapa temprana de desarrollo; es en este sentido que hablamos de disciplina joven. En este marco, el <i>Concepto de diseño</i> no ha sido lo suficientemente considerado y desarrollado a pesar de mostrarse como un elemento (aparentemente) fundamental en el proceso de diseño.
Nuevos Nichos	El desarrollo del Diseño Industrial local se ha topado con nuevos sectores y nichos específicos donde desenvolverse. Los sectores de agronomía y alimentación son dos grades ejemplos de esto.
Dificultad Pedagógica	Consecuencia de una falta de acuerdo en la delimitación de lo que englobaría <i>Concepto de diseño</i> (lo que además hace evidente la complejidad de la temática), en el sector académico ocasiona una dificultad pedagógica al momento de transferir este contenido al alumno en formación; lo que se constata en los testimonios de los docentes cuando refieren las dificultades que surcan alumnos avanzados de la carrera al intentar comprender y desarrollar el proceso de conceptualización en su respuesta proyectual.
Necesidad Reflexiva	Se hace evidente la necesidad de reflexionar y construir contenido sobre la

temática en el sector académico. El *Concepto de diseño* es uno de los temas menos abordados en el sector, como consecuencia se evidencia la falta de contenido teórico y producción de herramientas específicas. Otra consecuencia de esta falta de reflexión es la improbabilidad de puesta en común y debate con miras a elaborar un cuerpo teórico-práctico superador.

No se garantiza la unicidad por la naturaleza subjetiva del objeto de estudio; pero sí, bases eficientes que los alumnos puedan asimilar y trabajar.

Enriquecimiento Transdisciplinar

El Diseño Industrial no es la única disciplina que maneja la noción de *Concepto de diseño* por lo cual y ante la falta de material teórico sobre el tema, se hace evidente y necesaria la asimilación de desarrollos de otras disciplinas como por ejemplo el Cine, las Artes, la Filosofía y la Publicidad.

El Cine maneja esta conversión de múltiples lenguajes valiéndose de herramientas para poder realizar el traspaso de un texto a imágenes en movimiento. La herramienta del “storyboard” aparece como uno de los ejes de esta conversión, mostrándose como la interface central de este fenómeno.

La cuestión del *Concepto de diseño* como el *ser* o la *esencia* de la respuesta proyectual tienen sus orígenes en

contenidos de índole filosófica.

El Arte (escultura y pintura) necesariamente debe desarrollar y elaborar estas construcciones de *Ideas Fuerza* para poder llevar a cabo la obra y así llegar a la síntesis de lo que se desea transmitir.

Publicidad realiza una diferenciación entre *Concepto*, como constructo resultado de una síntesis y una idea; manejar y construir conceptualmente un discurso breve que sintetice el mensaje al destinatario; los hace actores importantes en la definición del *Concepto*. En este sentido, los procesos lingüísticos intervienen para poder resumir en pocas palabras o frase el mensaje, que se busca, que el destinatario comprenda y asimile.

Es en este sentido que el Diseño Industrial se enriquece con la interdisciplina, no sólo en contenidos de resolución técnica o proyectual, sino también de tipos de enfoques y desarrollo; como en este caso, de *Concepto de diseño*.

Conceptos que no engloban la realidad productiva

Un fenómeno que aparece presente en la realidad académica es el desarrollo de *Conceptos de diseño* que no engloban esferas de productividad; es decir, cuestiones de materialización locales. En este sentido, la realidad industrial no se aborda en las construcciones conceptuales académicas, desestimando o anulando, de cierta forma, el propósito real de lo que significa el *Concepto de diseño* en el

	desarrollo proyectual.
Amplitud de enfoques	La posibilidad de contemplar, escuchar y aprender distintas visiones, complementa la noción del alumno; posibilitando que el mismo pueda optar por alguna o formular la propia.
Enseñanza como Conceptualización	El <i>Concepto de diseño</i> es una construcción constantemente en proceso a lo largo del proceso proyectual: hablamos de elementos abstractos, de construcciones intelectuales y culturales; esto complejiza de cierto modo, su transmisión educativa, ya que requiere inicialmente de un alto grado de abstracción.
Enseñanza en Etapas Tempranas	Desde las etapas tempranas del proceso de formación, el cuerpo estudiantil debe ir descubriendo y comprendiendo lo que es el <i>Concepto de diseño</i> y qué puede retribuirle éste en su desarrollo proyectual. Se hace hincapié en que, en estas etapas, el alumno no utilice <i>Conceptos de diseño</i> muy complejos o trabajados desde el inicio (puede directamente enfocarse en un objetivo o necesidad bien clara); pero sí que entienda su función en el proceso. Debido a la complejidad de la temática se hace necesaria la decantación de contenidos a lo largo de la carrera, de forma gradual y constante. Un fenómeno que respalda esta posición es la dificultad para visualizar y utilizar <i>Concepto de diseño</i> en alumnos

	<p>avanzados, ya que éste contenido fue demorado en su formación.</p>
Enseñanza en Etapas Posteriores	<p>Otra posición sostiene la necesidad de impartir la enseñanza de <i>Concepto de diseño</i> en etapas posteriores o avanzadas de la carrera: plantear un <i>Concepto de diseño</i> requiere de un grado de abstracción y/o madurez proyectual ausente al comienzo de la formación, donde el alumno no tiene las herramientas necesarias dado que recién está comenzando a conocer y comprender el oficio del diseñador industrial.</p> <p>El fenómeno que respalda esta posición es la generación de <i>Conceptos</i> muy poco prácticos, resultado del uso de herramientas de trabajo básicas ya instauradas (consecuencia de lidiar con la temática en etapas muy tempranas de la formación), que después son difíciles de desinstalar.</p>
Reduccionismo	<p>Al no tener una postura clara en cuanto a la temática y por el nivel de complejidad que esta representa, se llega a un <i>reduccionismo</i> que asimila el <i>Concepto de diseño</i> al resultado de emplear métodos creativos, como es el caso de las analogías formales.</p> <p>La metáfora y la analogía son recursos para la generación de ideas, pero los estudiantes, al tratarse de recursos simples y conocidos, muchas veces los confunden con el <i>Concepto</i> mismo.</p>

	<p>Por otra parte, si bien la generación de propuestas representa el estadio donde el <i>Concepto de diseño</i> es llevado a la manifestación material, no es su génesis.</p>
<p>Metodología de Laboratorio</p>	<p>El método de simulación de trabajos de diseño se muestra como una herramienta eficaz para la asimilación del <i>Concepto de Diseño</i>: lograr que la respuesta proyectual deje de ser patrimonio de lo intangible y se concrete; lo que por lo demás permite verificar si todo lo hecho previamente responde a la resolución de la problemática.</p> <p>La práctica e imitación hace perder la expectativa consciente para transformarlo en un proceso inconsciente: es así que se manifiesta si el contenido ha sido entendido, aprehendido y asimilado para futuros desarrollos proyectuales.</p> <p>Con esto se evidencia también la naturaleza iterativa que puede acarrear el aprendizaje: aprender de la prueba y el error. Se incentiva entonces la práctica de competencias en situaciones de casos reales y contextos definidos. Solo así el estudiante podrá ver la utilidad del <i>Concepto de diseño</i>.</p>
<p>Enseñanza como Proceso Consciente</p>	<p>Para la aprehensión de la noción de <i>Concepto de diseño</i>, se hace necesario impartirlo a través de métodos y procesos que hagan hincapié en la concientización del proceso que se está desarrollando y no acudir a situaciones de <i>caja negra</i>, donde</p>

	<p>se invisibilicen los mecanismos que llevan a determinados resultados; en este sentido es importante la comprensión de cada decisión y acción tomada dentro del proceso.</p> <p>Los alumnos tendrán impulsos inconscientes por plasmar sus ideas inmediatamente, reflejando una impaciencia por ver resultados. Se debe evitar esto y enseñarles a prever resultados, exigiendo poner pausa a sus acciones con verificaciones.</p>
<hr/> <p>Iteratividad</p>	<p>La construcción de un <i>Concepto de diseño</i> no es un fenómeno lineal (carácter que se manifiesta muchas veces en el proceso proyectual).</p> <p>Hay pasos iniciales imprescindibles en el proceso de diseño: definición de la problemática, investigación y análisis (Munari, 2015). Pero esto no implica que no se pueda volver sobre ellas para reformular el proceso de manera más eficiente. Se puede decir entonces que no hay un orden determinado en la práctica de Diseño, por lo tanto, tampoco en la generación del <i>Concepto de diseño</i>.</p> <p>Circunscribir el proceso de conceptualización a una sola instancia acabada, socava su potencial proyectual.</p>
<hr/> <p>Moodboard</p>	<p>El Moodboard se presenta como la técnica que permite la inicial construcción de <i>Conceptos de diseño</i>. Se basa en un panel en el que se colocan referencias basadas</p>

en imágenes, colores, fragancias, fotografías, texturas y cualquier elemento que pueda comunicar, para poder empezar a arribar a una síntesis sobre qué es lo que queremos decir.

El uso del Moodboard facilitó la bajada pedagógica en los alumnos haciéndolos conscientes de la necesidad de construir su *Concepto de diseño*: plasman su desarrollo en un documento gráfico para así empezar a previsualizarlo.

Los Moodboards se trabajan luego de la síntesis de la investigación y están conformados con elementos que potencian lo sensorial, lo perceptivo; así el alumnado puede empezar a realizar la síntesis de lo que será la base para la conformación de su *Concepto de diseño* y su consecuente manifestación material en la propuesta proyectual.

Vacío Teórico Específico

El poco abordaje teórico específico sobre *Concepto de diseño* se debe al carácter fuertemente profesionalista de la disciplina; es decir, se ocupa fundamentalmente del *saber hacer*. Generar teoría debiera ser otra formación, pero que no se incluyó hasta ahora.

La escasez del desarrollo teórico se debe, además, a los límites poco claros de la incumbencia del Diseño.

Pese a esto, en la actualidad se ha editado una publicación que plasma las distintas visiones que un grupo de docentes de la

Universidad Nacional de Córdoba,
sostiene sobre *Concepto de diseño*.

Aun así, la construcción de dispositivos pedagógicos/didácticos, no sólo para esta temática, sino también para el proceso de diseño mismo, permanece como una *deuda*. Sin embargo, hay una consciencia de profesionalización con respecto a lo pedagógico/didáctico y la necesidad de una mirada más seria y científica de las metodologías de trabajo e investigación.

A partir de esta primera codificación y siguiendo una vez más, las pautas propuestas por la teoría fundamentada, se procedió a realizar un recorte y reorganización de las categorías (Codificación Axial). En este segundo momento del análisis se combinaron el estudio cualitativo con el cuantitativo, dada la necesidad de medir el comportamiento de ciertas variables de interés para nuestra investigación. Se procedió entonces a implementar la Matriz de ponderación de relaciones (Soto, 2012) combinada con los criterios del análisis semiótico del discurso formulado por Greimas (1989), lo que permitió visibilizar, comprender y organizar las categorías que suponen un alto grado de implicación dado que en su estructura elemental de significación, se presuponen; sin embargo, (y) debido al carácter particular del eje temático comprendido en este capítulo: experiencia sobre abstracción; los resultados a los que se arribaron intentan ser más una reflexión -en su amplia definición- sobre un estado de cosas, antes que la búsqueda de una definición a partir de la interpretación y resignificación discursiva. Entendemos que negar la experiencia del otro (en este caso, la población de muestra de nuestra investigación) es (debería ser) imposible; así dos categorías que semánticamente son contradictorias «Enseñanza en Etapas Tempranas» y «Enseñanza en Etapas Posteriores», forman parte de un mismo universo de cosas. Por lo tanto, en este eje, donde la praxis supera a la teoría, la clasificación e integración de los semas, está en cierta forma, supeditada a la especulación: lo que *es*/lo que *debería ser*; *como es*/*como debería ser*.

El siguiente esquema grafica la capacidad relacional de las categorías iniciales:

funcionales y/o instrumentales del quehacer del diseñador. En consecuencia, muchas veces, también este *desfasaje* entre el afuera y adentro de la academia, implica que las nociones, herramientas, etapas, etc., de los procesos de diseño no adquieran su máximo potencial.

No obstante, esta carencia de abordaje teórico, se presenta como una preocupación para los/las docentes de las materias nucleares de la carrera en las universidades locales, quienes consideran necesario el desarrollo de un trabajo reflexivo⁷ no solo sobre los diferentes aspectos que conforman la disciplina, sino también sobre los métodos de enseñanza y los procesos pedagógicos para su transmisión.

En relación a esto y con respecto a nuestro objeto de estudio, el análisis del discurso obtenido de nuestra muestra, ha visibilizado que para/en el proceso pedagógico, desarrollado en ambas casas de estudios superiores comprendidas en la presente investigación, el *Concepto de diseño* significa una etapa dentro del proceso de diseño denominada conceptualización. Sin embargo, dado el carácter iterativo tanto del proceso como del *Concepto* mismo, su desempeño no se limita a un solo momento. En este sentido, no debe entenderse al *Concepto de Diseño* como una etapa aislada y acabada de una vez, si no como un elemento que atraviesa todo el proceso proyectual.

Por otro lado, se entiende que, dado el alcance de la noción, sumado a su valor funcional, el *Concepto de diseño* debe ser necesariamente introducido desde las etapas más tempranas de formación para que gradualmente el estudiante pueda desarrollar los niveles de maduración y abstracción necesarias. Para esto se utilizan metodologías y herramientas diferentes, principalmente las del *laboratorio* y el *Moodboard*. Por un lado, el laboratorio (también llamado aula-taller) se muestra como una herramienta eficaz para la asimilación del *Concepto de diseño*, dado que, al ser un método de simulación de trabajos de diseño, permite mediante la experiencia, entenderlo, aprehenderlo y ponerlo en funcionamiento en las respuestas proyectuales.

Por otro lado, el *Moodboard*, ha demostrado ser una técnica que permite la inicial construcción de *Conceptos de diseño* a través de la síntesis de elementos

⁷ En este sentido, parte del cuerpo docente de la FAUD, dependiente de la UNC, ha elaborado recientemente una publicación sobre Concepto de Diseño titulada *El concepto en el proceso de diseño. Enfoques y experiencias pedagógicas* (Armayer et al., FAUD, 2017).

comunicantes dispuestos sobre un panel. Los moodboards se trabajan luego de la síntesis de la investigación y están conformados con elementos que potencian el aspecto sensorial: lo perceptivo. De este modo se puede empezar a realizar la síntesis de lo que será la base para la conformación de su *Concepto de diseño* y su consecuentemente manifestación material en la propuesta proyectual.

Resumiendo, desde el punto de vista pedagógico, el *Concepto de diseño* se entiende como la etapa de generación de alternativas dentro del proceso de diseño. Su enseñanza debe realizarse desde las etapas tempranas de la formación para garantizar la comprensión y asimilación de la noción. Dos técnicas que se utilizan actualmente para abordarlo a nivel académico son la *metodología de laboratorio* y la *herramienta Moodboard*. Sin embargo, se advierte en la actualidad, la falta de un estudio más reflexivo sobre el *Concepto de diseño*, lo que se constata en la carencia de material teórico específico.

4. 4 Categorías ponderadas: Dos casos

Con el fin de facilitar el acercamiento al desarrollo de este análisis, complementamos los resultados de las matrices de ponderación, con dos trabajos finales de licenciatura (cada uno desarrollado en el marco de las unidades académicas consideradas para este trabajo; entiéndase: UNC y US21) que además de servirnos de ejemplo y referencia; nos permitirán incorporar una visión de la puesta en acción y/o realización de nuestras categorizaciones. Dichos trabajos son: *Educación musical en escuelas primarias*: diseño de un instrumento de percusión denominado *Tatú*, para alumnos de nivel inicial que facilite el aprendizaje de los contenidos propios de la asignatura Música, perteneciente a los Diseñadores Industriales José Domingo Luna y Gonzalo de Paul Ottonello, egresados de la UNC; y, *Joyería para millennials*: diseño de un set de joyería bajo el nombre de *Casiopea*, para «Millennials» en la localidad de Córdoba, de la Diseñadora Industrial Casandra Lucía Huitacocha Plaza Olmos, egresada de la US21. Cabe aclarar que la información expuesta sobre ambos trabajos fue recabada tanto en entrevistas realizadas a los proyectistas, mediante el uso de una guía de pautas⁸; como de sus informes y paneles de presentación.

4.4.1 Observaciones/análisis sobre el/del proyecto *Educación musical en escuelas primarias*

Si por *Concepto de diseño* entendemos, el **constructo intelectual** que posibilita la definición, desarrollo (**Movilizador**) y materialización (**Herramienta**) del producto final, en el proyecto *Educación musical en escuelas primarias*, dicha construcción fue la de «Música Prima», en referencia al carácter de la educación primaria, orientada a la transmisión de los contenidos esenciales que sirven como fundamento; aspirando a que, la **experiencia** de interacción entre usuario-objeto, fuera la de una relación de aprendizaje musical eficiente, donde el acto de uso y comunicación no se encuentre sobrecargado de datos. En este sentido, se buscó construir un **vínculo** solamente con lo

⁸ Material incorporado en el anexo del presente trabajo.

esencial y primordial del acontecimiento musical. Los proyectistas entendieron que esta idea **sintetizaba** los datos obtenidos del proceso de **investigación**, donde se identificaron cuestiones relativas a la currícula (horario acotado de la asignatura), a los procesos pedagógicos (requisito de enseñanza musical: el instrumento debe producir la escala de una octava), al contexto económico (debe mantener un precio accesible al gran público), a la practicidad (el objeto debe mantener las medidas estándares para su portabilidad), al bienestar (el instrumento debía contar con características tales como la inocuidad), al destinatario (debía contemplar las capacidades y ser del agrado y/o preferencia del potencial usuario) y, a la producción y comercialización del producto (elección de los materiales y maquinarias involucradas en el proceso). Esta idea a la vez se **tradujo** en la proyección y realización de un objeto, instrumento musical de percusión realizado en plástico, que responde a las preferencias y nivel de motricidad de los niños, a las dimensiones estándares de las mochilas que habitualmente se usan para su traslado, al efecto sensible de su ejecución en forma grupal (el sonido producido en conjunto no será nocivo para el oído); asimismo mantiene el requisito formal de la escala de una octava y un precio accesible (aproximadamente de \$200 del año en curso).



Imagen 1. Proyecto *Educación musical en escuelas primarias*: producto final «Tatú». Fuente: Luna, J.

A partir de esto, entonces, los proyectistas comenzaron a construir su *Concepto de diseño* mediante la exploración a través de palabras *clarificadoras* de los aspectos claves o prioritarios para el proyecto: sus **intenciones**. De esta exploración y combinación de palabras, decíamos, dieron con su **constructo intelectual** manifestado en el **mensaje** de «Música Prima». Sin embargo, en etapas previas del desarrollo, se manejaron términos tales como «comprimido», resultando en un primer *Concepto* de

«Música comprimida» en relación al tamaño del objeto; lo cual se descartó ya que no sintetizaba todos los aspectos relevantes arrojados por la **investigación**. Esto llevó a que la cuestión de las dimensiones no fuera el foco, sino que el *Concepto* debía perseguir lo **esencial**: «Música Prima» llegó a manifestarse no sólo en la esfera de uso e interacción sino en toda la vida del producto, ya que el instrumento que encarnó este *Concepto* no posee ni necesita funda para su traslado (se puede meter directamente en la mochila) y es resistente a las caídas o posibles daños al que el infante pueda someterlo. Es primordial, además, en todas sus esferas de interacción con su usuario, que pueda funcionar para lo que fue destinado sin agregados o *ruidos semánticos*.



Imagen 2. Educación musical en escuelas primarias: Exploración de palabras utilizada para la generación del concepto de diseño de «Música Prima». Fuente: Luna, J.

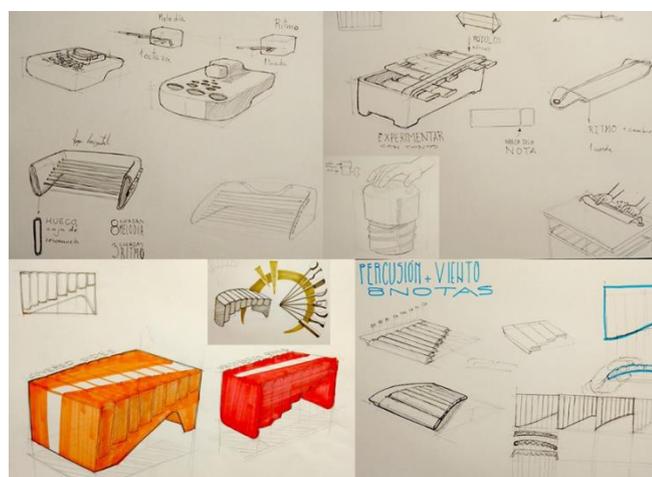


Imagen 3. Educación musical en escuelas primarias: Bocetos iniciales. Fuente: Luna, J.

Por otra parte, el *Concepto de diseño* de «Música Prima» siempre fue utilizado a la hora de tomar decisiones dentro del proceso: por ejemplo, se buscaba producir la cantidad básica de notas (escala de ocho): cuál era la cantidad mínima de piezas para poder producir música, cuál era la morfología más simple a la que se podía llegar, cuál era el piso mínimo en todos los aspectos (tecnológico, funcional, productivo, etc.), para arribar a los resultados esperados; en este sentido hablamos de **rol de guía rector**. En la respuesta proyectual se logró producir las ocho notas requeridas por el aspecto pedagógico, mediante una sola pieza; y añadir los agregados mínimos, para que cuando el instrumento sea apoyado en una superficie, pueda desempañarse correctamente. Así se llegó a un producto de un total de siete piezas, perfectamente competitivo desde lo productivo con respecto a los instrumentos ya existentes (**valor agregado**).

El ida y vuelta —**iteratividad**— con el *Concepto de diseño* se hizo presente en todo el proyecto, también en los momentos de decisiones programáticas; en este sentido, uno de sus proyectistas afirma:

Por ejemplo, en un momento quisimos agregar, además de las ocho notas, una pentatónica, y dijimos: pará... esto, ¿está de acuerdo con nuestro concepto? No, no estaba de acuerdo porque no es lo mínimo e indispensable y, es más, generaba problemas de diseño que nos iban hacer tener más piezas, que por ahí no eran necesarias: más tamaño, más volumen, confundir la lectura a los chicos, o sea que no era bueno para el proyecto. Y ahí todo ese filtro lo hicimos siguiendo el concepto, fue nuestro filtro (J. Luna, comunicación personal, 22 de septiembre de 2017)

El *Concepto* también se manifestó en el monocromatismo del objeto y en el diseño de un packaging *mínimo*, en el que se contemplaron también, cuestiones ecológicas. Finalmente, como el instrumento se terminó de **materializar** en un conjunto de dos productos: el percutor y la percusión, se previó que, en caso de extravío o ruptura de alguno de éstos, el usuario pueda acceder a dicha pieza, sin necesidad de comprar nuevamente todo el conjunto; es decir, que el gasto sea el mínimo posible, reponiendo

sólo lo faltante. De esta forma, «Música Prima» se ve presente en todas las esferas del producto, evidenciando una constante *conceptualización* a lo largo del proyecto.

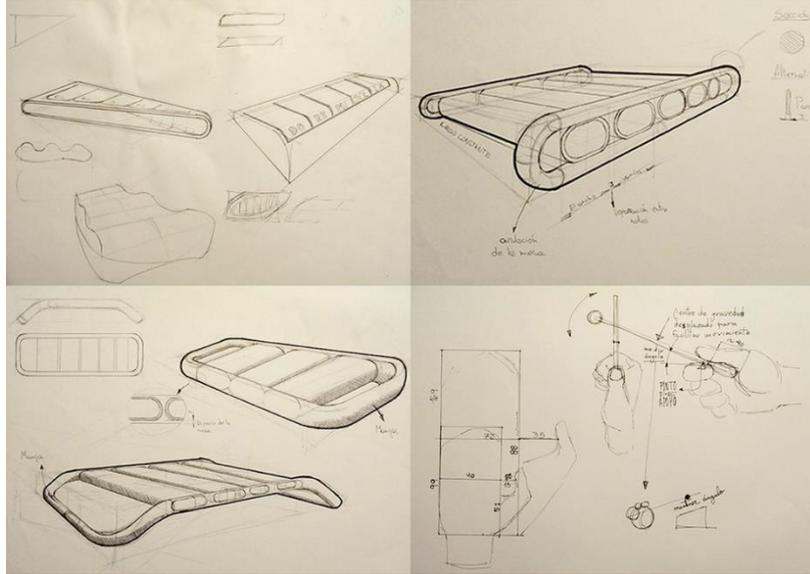


Imagen 4. Proyecto *Educación musical en escuelas primarias*: Bocetos avanzados. Fuente: Luna, J.



Imagen 5. Proyecto: *Educación musical en escuelas primarias*: Prototipos de prueba. Fuente: Luna, J.

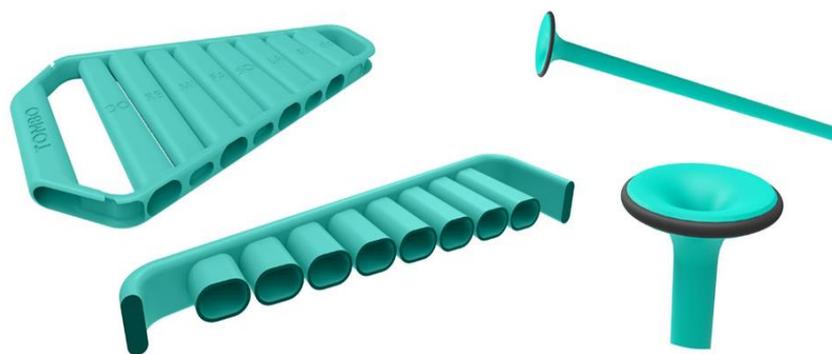


Imagen 6. Proyecto *Educación musical en escuelas primarias*: Producto final. Fuente: Luna, J.

Como el **marco cultural** referencial inmediato fueron las escuelas de nivel inicial de la ciudad de Córdoba, fue entonces en este contexto, que se realizaron las pruebas de campo, que arrojarían los datos necesarios para saber si se había alcanzado el resultado deseado; en este sentido hablamos de **Metodología Laboratorio**, ya que para las pruebas, los proyectistas desarrollaron ocho alternativas objetuales; algunas de carácter más lúdico, y que tendían a morfologías más curvas, y otras con el objetivo de verse (y leerse) como un instrumento más *tradicional*, similar a la morfología de un xilófono. En la interacción de los objetos con el sujeto/usuario de muestra, el equipo de diseño encontró que el niño tendía a un enfoque más instrumental, rechazando aquellas formas y expresiones similares a la juguetería y el *mundo infantil*; destacando, además, que la lectura morfológica del instrumento era mucho más fácil y reconocible, al igual que en sus notas, lo que daba por resultando un manejo más simple del objeto. La simplicidad del objeto fue un aspecto preponderante en el proyecto. Este acontecimiento evidenció que la **información recabada del contexto cultural** en la proyectación resultó vital para el enfoque que desarrolló su *Concepto de diseño*. En este sentido, Luna afirma que:

La exigencia intelectual de aprender música es bastante grande, incorporar conocimientos, acordarse las notas, acordarse cómo tocar las notas... si vos le agregas algo que está sobrecargando para que interpreten esa música, no le está ayudando. En cambio, es hacerle las cosas fáciles, por eso lo mínimo e indispensable. Le das lo que necesita,

nada más. Por eso es música prima (comunicación personal, 22 de septiembre de 2017)



Imagen 7. Proyecto Educación musical en escuelas primarias: Propuestas de enfoque lúdico.
Fuente: Luna, J.



Imagen 8. Proyecto Educación musical en escuelas primarias: Propuestas de enfoque «instrumental».
Fuente: Luna, J.

Por otra parte, para el producto *Tatú* se buscó un **vínculo** más de naturaleza funcional entre objeto usuario, donde el instrumento de percusión terminó entablando una **comunicación** directa de sus notas con el usuario, de cómo se utilizaba, etc.; **llegando a construir un vínculo que manifestaba la funcionalidad plena del producto con lo esencial**. El *Concepto de diseño* se reveló en este vínculo funcional, en beneficiar el desarrollo educativo musical del infante.



Imagen 9. Proyecto *Educación musical en escuelas primarias*: Situación de uso. Fuente: Luna, J.

Como se mencionó más arriba, en el proyecto, el contacto con el usuario fue directo, por lo cual la **metodología de laboratorio** significó un beneficio para el proceso proyectual ya que, desde los primeros feedback con los usuarios, se fue refinando o modificando el planteo conceptual hasta llegar a etapas finales; en este sentido decimos que estimuló la *conceptualización*.

Finalmente, podemos decir que en el producto *Tatú*, el *Concepto de diseño* de «Música Prima», contuvo la **materialización** misma del objeto, ya que no solo se buscaba alcanzar la interacción entre el niño y el instrumento generando un **vínculo** en la **experiencia** de uso, sino también, su eficiencia y eficacia a la hora de producirlo (**Rol y propiedad interdisciplinaria**). Al estar realizado en un material producido y desarrollado en la industria local, no poseer más que un color y al contar con un número de piezas inferior con respecto a sus posibles competidores, tiene el potencial de ser producido industrialmente en altos lotes. El uso de pocos materiales, además, demostró ser un gran beneficio, ya que baja radicalmente el costo de producción, representando un cuarto del valor de los productos ya existentes en el mercado y pudiendo prestar la misma función (escala ocho octavas). Esta simpleza permite un nivel de accesibilidad apropiado, tanto para el estudiante de colegio público como privado, que era lo que se buscaba. Además, por su ensamblaje, en caso de extraviar o romper algún componente del instrumento, el mismo puede ser repuesto sin tener que adquirir todo el producto nuevamente (**valor agregado**).



Imagen 10. Proyecto *Educación musical en escuelas primarias*: Relevamiento de propuesta y pruebas de campo en etapas avanzadas. Fuente: Luna, J.

4.4.2 Observaciones/análisis sobre el/del proyecto *Joyería para millennials*

En el proyecto *Joyería para millennials*, la **construcción intelectual** que supuso o dio posibilidad a la definición, desarrollo (**Movilizador**) y materialización (**Herramienta**) de la respuesta proyectual sobre el campo de la joyería, para un grupo social determinado, en este caso «Millennials», fue la de «Ludismo modular» (**mensaje**). Construcción que devino en el diseño de un set de joyas lúdicas y modificables que permite el desarrollo creativo del usuario en tanto que se presenta como un objeto maleable, entretenido y cambiante. Una vez más, aquí, la proyectista entendió que este *Concepto sintetizaba* las diferentes dimensiones involucradas; es decir, durante el proceso de **investigación**, uno de los aspectos preponderantes que surgió, fue el carácter «cambiante» de la vida social del usuario «millennials» cordobés, y cómo éstos no aspiran a un producto estático, si no a uno dinámico que se adapte al constante cambio y refleje el ritmo de vida que los caracteriza. Es aquí donde entra lo «modular» para dar respuesta a esta necesidad de poder cambiar o adaptarse. Así

mismo, en la **experiencia** de interacción a la que se aspira entre el usuario y la respuesta proyectual, se conjuga la potencia del objeto como elemento *desestresante*: debido a la existencia de grandes cuadros psicológicos de ansiedad y estrés dentro del grupo de potenciales destinatarios, cobra relevancia lo «lúdico» como espacio de entretenimiento y diversión.



Imagen 11. Proyecto Joyería para Millenials: Producto final Casiopea. Fuente: Plaza, C.

En este caso, su proyectista tuvo que rediseñar constantemente su *Concepto de diseño* de «Ludismo modular», debido a la retroalimentación de los elementos del proceso (**Iteratividad**), principalmente en etapas de materialización de propuestas y prototipos de diseño; en este sentido afirmaba:

El concepto que por ahí uno podía tener de lúdico no era el mismo que iba a tener este usuario que tenía una cierta edad, unas ciertas características y además un espacio (...) un lugar donde habitaba, que era Córdoba (Plaza, comunicación personal, 29 de septiembre de 2017)



Imagen 12. Proyecto *Joyería para millennials*: Bocetos y alternativas iniciales. Fuente: Plaza, C.

En este sentido, a la hora de generar propuestas de diseño, su proyectista tuvo que realizar retornos hacia la investigación para no perder el rumbo de lo que su *Concepto* intentaba expresar (**Rol Conector**). Esta retroalimentación constantemente, dio lugar a que su *Concepto de diseño*, «Ludismo modular», se redefiniera y profundizara en la percepción y experiencia de lo que el usuario, entendía por lúdico y modular.

La construcción constante, representada como *conceptualización* (**Estrategia + Enseñanza como Conceptualización**), se manifiesta así a lo largo del proyecto: el *Concepto de diseño* no es estático o lineal, si no que se nutre y resignifica en estos feedbacks (o retornos) ocurridos durante el proceso proyectual. Característica que se manifiesta también, en su utilidad, a la hora de tomar decisiones programáticas –como **Guía Rector**-. Por ejemplo, para comprobar si lo que se estaba haciendo era correcto o no: el proceso de materialización de propuestas destinadas para pruebas de campo, donde una muestra de los potenciales usuarios interactuaron con los productos; lo que le

permitió al proyectista, asegurar el éxito del alcance del *Concepto de diseño* en la manifestación material del objeto-joyería: “El concepto acompaña o en realidad el proyecto estaba siendo acompañado por el concepto” —**Rol cohesivo y estructural**—, (Plaza, comunicación personal, 29 de septiembre de 2017)

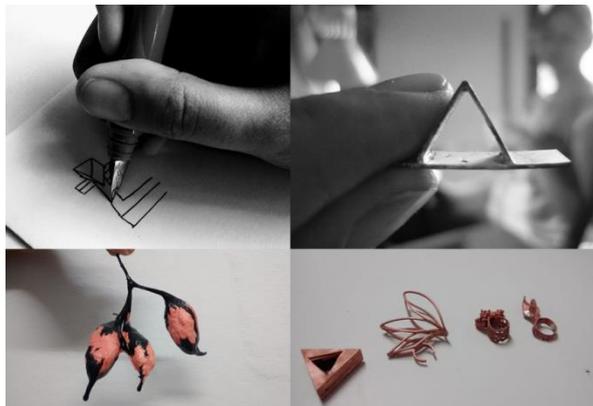


Imagen 13. Proyecto Joyería para millennials: Primera materialización de propuestas y pruebas de campo. Fuente: Plaza, C.

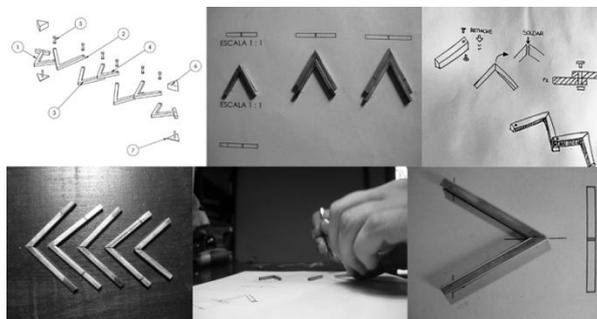


Imagen 14. Proyecto Joyería para millennials: Etapa avanzada de concepción y materialización. Fuente: Plaza, C.

Para este proyecto, los indicios (**códigos**) culturales eran imprescindibles, ya que en su naturaleza, el objeto joya se encuentra cargado de una fuerte simbología; y que, en este caso, debía representar y/o empatizar con la percepción que del mundo y de ellos mismos, tienen los destinatarios modelos del producto: los «millennials»; bajo esta denominación se comprende a un grupo generacional que va de los veinticuatro a los treinta y tres años, y que manifiestan y comparten ciertas características (dinamismo,

mutación, estrés, etc.). Uno de los inconvenientes con los que se enfrentó la proyectista al momento de tomar decisiones, fue una serie de prejuicios o pre-conceptos de lo que se entendía por lúdico y modular; de ahí la necesidad de indagar y profundizar constantemente sobre las características del usuario, de poder nutrirse de datos. Resultó que el usuario «millennials cordobés» se dividía en múltiples subculturas, que variaban en su visión y percepción del mundo. Lo lúdico y modular no era percibido de la misma manera, lo que se tradujo en una constante profundización de lo que representaba al usuario, para poder manejar la decodificación del mensaje, aun en etapas donde la investigación ya ha habido sido realizada (**Rol Comunicativo**).

El proyecto persiguió la búsqueda de un **vínculo** emocional (de apego e identificación) con un objeto capaz de acompañar y adaptarse a su cambiante vida: la maleabilidad del objeto y el carácter lúdico que posibilitaba en la interacción con el usuario, reveló un vínculo de uso poco común en el sector joyería.

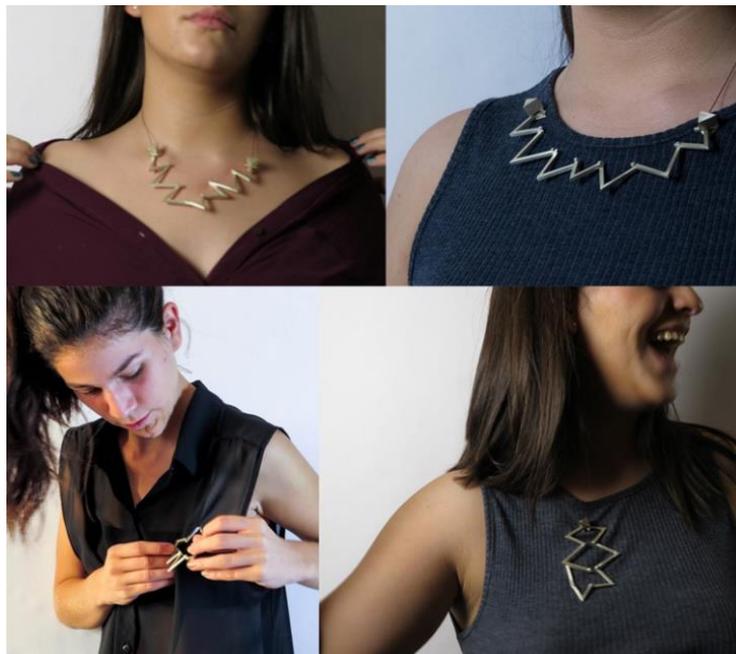


Imagen 15. Joyería para millennials: Situación de uso. Fuente: Plaza, C.

Por otra parte, en el proyecto *Joyería para millennials*, el uso de **Moodboards** estuvo muy presente a la hora de determinar estos primeros fragmentos de su *Concepto de diseño*, en las diferentes subculturas del público elegido.



Imagen 16. Proyecto *Joyería para millennials*: Moodboards subcultura millennials «vintage cool».

Fuente: Plaza, C.

Como se mencionó anteriormente, las pruebas con los usuarios (**Metodología Laboratorio**) fueron recurrentes: de la oportunidad de estar en contacto directo con el usuario potencial, se redefinieron los conceptos de lúdico y modular en las propuestas/prototipos, lo que fue de vital importancia para el planteo conceptual. Los resultados obtenidos de este feedback determinaron un rumbo divergente del que se preveía en un principio. En respuesta a esto, se realizaron una cantidad importante de maquetas y mucha experimentación con materiales a lo largo de todo el proyecto.

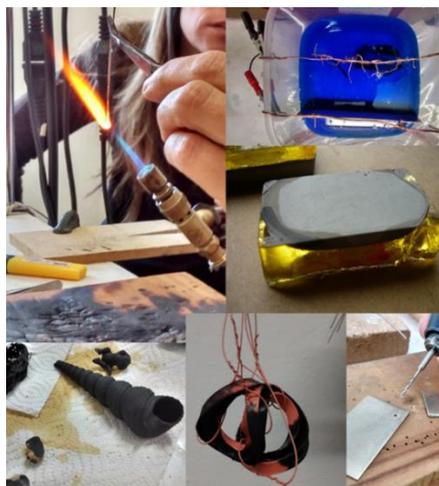


Imagen 17. Proyecto *Joyería para millennials*: Experimentación con materiales. Fuente: Plaza, C.

Por último, el *Concepto de diseño* de «Ludismo Modular» del producto *Casiopea*, incorporó, además, la dimensión material/productiva (**Rol Materializador**) en tanto que se seleccionó un material y tipo de ensamblaje que posibilitaba la adaptabilidad de la joya; lo que derivó en un principio modular para la concepción material, que terminó cerrando con la esfera lúdica. Esto simplificó el diseño utilizando un solo material, que, aunque de alto costo, contrasta con un sistema de fabricación y producción sencillo (**Rol y propiedad interdisciplinaria**).

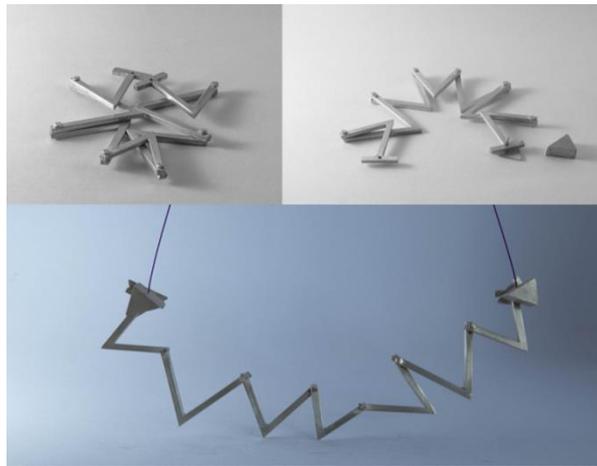


Imagen 18. Proyecto Joyería para millennials: Variantes de forma. Fuente: Plaza, C.

5. Conclusiones: Hacia una teoría del *Concepto de diseño*

Al comenzar el presente trabajo planteábamos que, actualmente, dentro del campo académico local, existía una complejidad en el abordaje pedagógico del *Concepto de diseño* producto de cierta *ambigüedad* en la definición del término; por lo que nos propusimos desarrollar una investigación que posibilitara comprenderlo en su complejidad, entendiendo así las dificultades para transmitir la noción o idea del mismo; para, finalmente, producir una aproximación teórica integradora sobre él, desde ésta perspectiva. A partir de este análisis decimos que, el *Concepto de diseño* es el producto de un *Metadiseño* en tanto que se presenta como una **construcción intelectual** (en la que se conjuga la información obtenida de la investigación precedente en cuanto a la problemática, las intenciones pretendidas y el contexto cultural del usuario donde se desenvolverá la proyectación) sintetizada en un **mensaje**, que supondrá y/o posibilitará la definición, desarrollo y *materialización* de la respuesta proyectual, manifestándose así en la **experiencia** de uso e interacción con el destinatario. Su fin es posibilitar el desarrollo de un **vínculo** entre la respuesta proyectual y el usuario, tanto en lo funcional como a nivel emocional; en este sentido se percibe un **valor agregado**. Se puede resumir entonces, como la experiencia de comunicación entre las intenciones/mensaje del diseñador, materializadas en el objeto, y el usuario. Poder controlar este fenómeno de comunicación es en lo que se basa el desarrollo material de nuestro *Concepto de diseño*.

Si bien entendemos al *Concepto de diseño* como un momento dentro del proceso de diseño, esto no significa que su alcance se limite a un solo estadio; por el contrario, revela su carácter dinámico al alcanzar diferentes niveles de desarrollo dentro del proceso, en tanto que [es una] *mecánica* utilizada en la proyectación del diseño industrial. En este sentido se habla de **Conceptualización**, ya que representa el modus operandi del diseñador dentro del proceso de diseño, una metodología que atraviesa todo el proyecto; se presenta como **estrategia**: será la construcción rectora que el diseñador seguirá para poder dirigir y movilizar el pensamiento creativo en la proyectación, con miras a alcanzar la solución de una problemática específica. Según la naturaleza de los proyectos, el *Concepto* puede perseguir como fin último en una conexión emocional con el destinatario o enfocarse solamente en un vínculo funcional y práctico.

En el ámbito de la educación del Diseño Industrial, uno de los factores contextuales en la enseñanza de *Concepto de diseño* que representa una problemática, es la generación de *Conceptos* que no engloban las esferas productivas locales. Esto tiene origen en el proceso de construcción de los *Conceptos* en la academia, donde el rol *materializador* en estas construcciones, no es percibido o tenido en cuenta en la generación de los mismos. Como se expuso en el capítulo “Rol (función) del *Concepto de diseño*”, *Concepto* comporta un rol *materializador* ya que, si trata de vincularse con el destinatario a través de su realización material, es imprescindible considerar los factores de producción local para su constitución. El Diseño Industrial no puede concebir *Conceptos* que no cumplan con este *rol materializador*, ya que el objetivo mismo de la disciplina es producir soluciones que el destinatario pueda adquirir y utilizar en su contexto. De este modo, se manifiesta también, la necesidad de un piso teórico que aporte y dé la base para la enseñanza académica: el estudiante se beneficiaría más al trabajar *Concepto de diseño* como proceso de *conceptualización*, que como un objeto al que se debe llegar. Así, además, se evidencia, la necesidad de la construcción del *Concepto* y su carácter de herramienta, que permite plasmar y dirigir el pensamiento creativo y poder alcanzar un nivel considerable de impacto con el proyecto. *Conceptualización* es entonces la mecánica utilizada en la proyectación. La *Conceptualización* es el modus operandi del diseñador industrial.

El diseño no es un proceso aleatorio sino el resultado de procesos conscientes donde el *Concepto de diseño* se enfoca en la problemática del usuario, contemplando los factores involucrados en la producción de la respuesta proyectual. Esto se refleja mayormente en proyectos de naturaleza técnica, donde el *Concepto de diseño* se manifiesta y opera en esferas de producción y fabricación; como es el caso de los proyectos que los nuevos nichos contextuales generan.

Por lo tanto, el diseño siempre tendrá un *Concepto*, que puede ser o no ser desarrollado y revelado de manera eficaz, pero aun así, se transmitirá de una forma u otra; el desafío, como en toda práctica de diseño, consiste en desarrollar primero el constructo teórico de lo que se busca en la solución de la problemática y luego transmitirlo en la materialidad de una manera exitosa y acorde a lo desarrollado.

A partir de esto, consideramos que no hay Diseño sin *Concepto*, ya que éste compone a la vez que representa la materialización de las intenciones del proyecto mismo, cualquiera sea su naturaleza o tipo.

El proceso de *conceptualización* puede ser más o menos consciente, pero su presencia es innegable. Si el *Concepto de Diseño* no es exitosamente comunicado al destinatario, a través de la materialidad de la propuesta, se hace necesaria una reformulación. Es en este sentido que afirmamos que un producto sin *Concepto* es un producto que no fue diseñado a conciencia.

Entendemos, con lo expuesto hasta aquí, que este primer esbozo de una teoría que analiza, sintetiza e integra las diferentes voces emergentes en la definición y alcances del *Concepto de diseño* posibilita (re) pensar la noción y su puesta en funcionamiento desde una base material, que, excediendo las particularidades, visibiliza los diferentes aspectos que conjuga. El *Concepto de diseño*, lejos de ser una noción plana o vacía, *implica y/o dirige* los diferentes engranajes dentro del proceso creativo; tanto del mundo de las ideas como del material. Comprenderlo en su totalidad es lo que le permitirá al diseñador operar sobre cada uno de los elementos que convergen en el proceso de diseño.

6. Bibliografía

Armayer, E., Bianchi, M., Barrionuevo, A., Fontana, M., Lorenzoni, N., Moisset, E.,...
Sarnago, E. (2017). *El concepto en el proceso de diseño. Enfoques y experiencias pedagógicas*. Obtenido de:

<https://es.slideshare.net/MartinFontana1/el-concepto-en-el-procesodidiseo>

Consejo Superior UNC (1989). Acta de sesión del 7 de noviembre de 1989.

Consejo Superior UNC (1989). Resolución N° 216/1989. Modificación al plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Industrial, de 9 de octubre de 1989.

Consejo Superior, UNC (1995). Resolución N° 1127/1989. Alcances del Título de “Diseñador Industrial” que otorga la Universidad Nacional de Córdoba, de 5 de noviembre de 1995.

Cross, N. (2002). *Strategic Knowledge Exercised by Outstanding Designers*.

Recuperado de

<https://pdfs.semanticscholar.org/2471/32878a32834a81b7f01c466f1eda5efad44e.pdf>

de Paul, G. & Luna J. (2017). *Educación musical en escuelas primarias* (trabajo final).

Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina.

Gay, A., y Samar, L. (2007). *El diseño industrial en la historia*. Córdoba, Argentina: Ediciones t e c.

Greimas, A. (1989). *Del sentido II, Ensayos semióticos*. Madrid, España: Gredos.

Hernández, R. (2014). La investigación cualitativa a través de las entrevistas: su análisis mediante la teoría fundamentada. En *Cuestiones Pedagógicas*, (pp. 187–210).

Krzywinski, J. (2009). Design concept development in transportation design [Desarrollo de concepto de diseño en diseño de transporte]. En *Undisciplined! Design Research Society Conference 2008*, Sheffield Hallam University, Sheffield, UK. Recuperado de <http://shura.shu.ac.uk/512/>

- López, M., Franky, J., y Buitrago, J. (2015). *Diseño e Historia*. Cali, Colombia: Programa Editorial.
- Merlino, A. (2009). La entrevista en profundidad como técnica de producción discursiva. En A. Merlino (Coord.), *Investigación cualitativa en ciencias sociales* (pp. 113-132). Buenos Aires, Argentina: Cengage Learning.
- Munari, B. (1983). *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Plaza, C. (2017). *Joyería para millennials*. (trabajo final de graduación). Universidad Empresarial Siglo XXI, Córdoba, Argentina.
- Rodgers, P., y Milton, A. (2011). *Diseño de Producto*. Barcelona, España: Editorial Promopress.
- Schettini, P., y Cortazzo, I. (2015). *Análisis de datos cualitativos en la investigación social. Procedimientos y herramientas para la interpretación de información cualitativa*. Buenos Aires, Argentina: Editorial de la Universidad de La Plata.
- Soto, A. (2012) *Diagramación e idea Generatriz*. Recuperado de <https://es.slideshare.net/LuisSoto32/diagramacion-en-arquitectura>
- Traducciones.com (2015) Definición de transcripción de documentos y tipos. Madrid, España: Traducciones.com. Recuperado de <http://www.traduccion.com/que-es-la-transcripcion-de-documentos-tipos/>
- Uhlmann, J. (2006). *Kunst in der Technik*. Dresden, Alemania: TU Dresden.
- Universidad Siglo 21. (2017). Lic. En Diseño Industrial. Córdoba, Argentina: Universidad Siglo 21. Recuperado de <http://contenidos.21.edu.ar/pdf/carreras/grado/lic-diseno-industrial.pdf>
- Valdomeros, M., Ponce de León, A., y Sanz, E. (2011) Fundamentos en el manejo del NVIVO 9 como herramienta al servicio de los estudios cualitativos. *Contextos educativos: Revista de educación, Investigación, estudios, revisión y debate*(14), 11-30. Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3762721>

Ylirisku, S. (2013). *Frame it Simple! Towards a theory of conceptual designing* [Encuádrelo simple! Hacia una teoría del diseño conceptual]. Recuperado en https://shop.aalto.fi/media/attachments/989bf/Ylirisku_lowres.pdf

Ylirisku, S., Jacucci, G., Sellen, A. y Harper, R. (2016). Design Research as Conceptual Designing: The Manhattan Design Concept [Diseño de investigación como diseño conceptual: el concepto de diseño de Manhattan]. *Interacting with Computers*, 28(5), 648–663. Recuperado en https://www.researchgate.net/publication/291351671_Design_Research_as_Conceptual_Designing_The_Manhattan_Design_Concept

7. Anexos

Anexo 1. Entrevista a Fernando Rossellini⁹

Pablo Medeot: —*Estuve leyendo el aporte que hiciste en la publicación de concepto donde escribiste: "El concepto sirve para enfocar de guía dentro del no todo iluminado terreno de la búsqueda de alternativas, es el puente de lo racional a lo conceptual, a lo gráfico intuitivo". ¿Sólo sirve de guía en el terreno de búsqueda de alternativas?*

Fernando Rossellini: —Sí, se podría decir a grandes rasgos que sí porque en realidad del concepto es una construcción que antecede y forma parte de la construcción de alternativas y de la búsqueda de solución; alternativas proyectuales, objetuales. Sirve en esa instancia, por lo menos el enfoque de concepto de producto; no es otro enfoque más abarcativo. Específicamente esas apreciaciones a la elaboración de concepto de producto.

—*¿Vos te enfocás en concepto de producto?*

—Sí, por lo menos en esta publicación y en el desarrollo que hacemos en la cátedra enfocamos bastante el producto sobre todo a partir de la etapa de programación, la parte contextual digamos lo que es el producto todo el marco jurídico legal administrativo económico y social estaría en la parte de investigación, pero a partir de la programación ya hacemos programa de diseño del producto, concepto del producto y después desarrollo de alternativas de producto.

—*Hacés referencia a que el concepto es un puente de lo racional-conceptual a lo gráfico-intuitivo: ¿Qué quiere decir esto?*

— En realidad son como dos grandes antinomias. No son antinomias, pero son aspectos opuestos complementarios que siempre están dando vuelta en el tema del diseño: de lo racional a lo intuitivo, de lo teórico conceptual a lo gráfico. En ese sentido el concepto es una pieza híbrida entre teoría y práctica, entre razón e intuición. Es como un nexo entre una etapa fuertemente conceptual y teórica como es la investigación, programación —que también es una generación porque todavía no aparece lo gráfico

⁹ Fernando Rosellini es Diseñador Industrial y profesor titular de dedicación exclusiva en la cátedra de Diseño Industrial III de la FAUD, UNC. Es miembro del equipo de investigación que dirige el Esp. D.I. Mario Ivetta en diferentes proyectos ligados a las ciencias de la educación, evaluación articulación de contenidos, etc. Con proyectos acreditados y subsidiados por SECyT-UNC (Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño, 2017)

por más que pueda incorporarlo de manera incipiente, pero básicamente teórico conceptual—; y el concepto es el engranaje, el enganche entre la etapa netamente o fuertemente gráfica, no totalmente intuitiva, pero sí que empieza a tener esta cuestión de la búsqueda. Por eso por ahí hablo que cuando, uno no tiene el concepto del producto es una búsqueda oscura. Concepto como que echa luz, va haciendo de guía general porque el concepto, así como el programa de diseño bien construido te da parámetros, te da orientación; por donde moverte, saber qué querés y también distinguir lo que no querés en esa búsqueda. Entonces por eso yo creo que es una pieza fundamental. Por eso hay tanto problema de quiebre entre las etapas de diseño porque la interface de las etapas todavía no está terminada de construir dentro de lo metodológico y dentro de lo pedagógico-didáctico, sobre todo. A lo mejor teóricamente hay cómo apreciaciones. Incluso el tema de concepto de diseño bibliográficamente no está abordado de una manera que uno pueda decir: " bueno estos son los tres libros que me resuelven de manera teórica y un principio de abordaje práctico en el taller". No existen, entonces hay como un vacío de esas interfaces y ni que hablar a nivel pedagógico-didáctico. Qué herramientas uso en el taller, qué orientaciones, qué ejercicios, qué dispositivo pedagógico-didáctico uso en el taller para poder enseñar lo que es concepto de diseño y que el estudiante pueda aprenderlo. Concepto es muy complejo. Aún, Yo estoy en cuarto año de una carrera que tiene cinco niveles, estoy en el penúltimo nivel y cuesta muchísimo

—*En resumen, ¿sería como un punto de inflexión en el proceso de diseño, la etapa conceptual?*

—No sé si tanto punto de inflexión, por ahí es un nexo importante porque si al proceso de diseño que nosotros dividimos en seis etapas: investigación, programación, conceptualización, ideación, solución y comunicación. Pero a partir de eso nosotros podemos distinguir como tres grandes bloques que ya lo enuncio hace mucho Vernon Lovag cuando habla de incubación, ubicación y construcción, no es el término exacto que usó Lovag, pero habla de tres bloques importantes. Que yo también lo desprendo a esto de conocer, crear y construir. El concepto de diseño empieza a ser la interfaz entre bloque uno y el bloque dos. Todos los bloques son importantes en el proceso de diseño: si vos no construís no es diseño, si no creas no es diseño, si no conoces no es diseño. Y lo que está faltando mucho, pensando en eso, son estas construcciones puentes, nexos fuertes entre cosas que cuesta mucho unir.

—Vos lo definís como una guía, un puente, ese es el papel del concepto. ¿Qué papel tomaría en esa etapa la creatividad?

—Bueno, la creatividad en realidad atraviesa todo el proceso de diseño. Y creatividad también es una herramienta fundamental, la capacidad fundamental en toda disciplina; porque no es que los diseñadores seamos los únicos creativos, todas las personas y todas las disciplinas aplican la creatividad porque en todo momento hay que hacer una construcción que solucione el problema, es todo momento tenemos que conectar cosas que no están o que aparentemente no están fácilmente conectadas. Entonces la creatividad realidad nos atraviesa todos. Después depende de qué entendemos por creatividad. Por supuesto que tiene que ver con la creatividad porque también el concepto, y ahí más que de creatividad podemos hablar de lenguaje. El concepto vuelve a ser un lenguaje híbrido en el sentido de que hay como un todo, un degradé de lenguajes que uno tiene que utilizar. Hay momentos en que los lenguajes son más netos, más nítidos en cuanto a que tengo que leer un texto, que tengo que hacer un mapa conceptual, que tengo que hacer una serie de cuestiones con lo cual me muevo en el terreno de lo teórico-conceptual, pero este nexo entre la fase de investigación y la fase de creación empieza a parecer lenguajes y con una cuestión que tendría que ser gradual e híbrida porque un concepto puede ser ideograma. Nosotros planteamos una metodología, un cuadro y hablamos diferentes cuestiones, cuestiones más concretas y cuestiones más abstractas, cuestiones más internas y cuestiones más externas, y eso habla de la hibridación; porque nosotros podemos utilizar una imagen como disparador de un concepto o para poder generar ideas. Entonces aparece lenguaje gráfico, aparece el concepto de panel gráfico que en inglés moodboard que es esta cuestión de empezar tener un conjunto de imágenes que empiezan a ser como la esencia de lo que yo quiero, que es el concepto. La construcción teórica de ese juego de palabras que sería el concepto del producto, pero también de utilizar definiciones claves por palabras claves y por supuesto que también aparece croquis, el ideograma, la mancha; es más utilizado, es más claro en arquitectura cuando hablan de idea de partido, idea fuerza. Cuando va a buscar imágenes, ideogramas que están la base de un proyecto es más fácil encontrar un arquitectura que en diseño industrial, que es bastante llamativo. Pero vos empezaste a tener toda una batería de palabra claves, de imágenes, collage —panel es un collage— a partir de ahí empezás a tener un ideograma o dibujo básico, que no es croquis; entonces empezar a tener un degradé tiene que ver netamente con la capacidad creativa y qué

tiene que ver con la capacidad de manejo del lenguaje, que tiene que ver con que te nutrirse de muchas disciplinas que son cercanas y que están asociadas a la creatividad. Porque hacer collage, hacer una mancha, hacer un ideograma y, estamos hablando de las artes plásticas.

—Según tu experiencia, como vos dijiste, no estaba muy abordado en el Diseño Industrial, esta etapa de conceptualización: ¿en qué otra disciplina análoga diseño, ves que está más desarrollado esto?

—Yo creo que el tema de concepto de diseño no está muy claro en general. Los que pueden tener más pistas con respecto a eso pueden ser las personas que realizan escultura o pintura. Me parece que, sin haber hecho un abordaje profundo, son disciplinas que necesariamente tienen que hacer esas elaboraciones. No he hecho un análisis en profundidad, pero aparentemente ellos tienen que manejar esta idea fuerza de base, tienen que llegar a la esencia de lo que quieren transmitir. Aparecen varias cosas análogas. Después hay otras disciplinas que lo tiene más claro, porque también es más necesario tener en claro eso, por ejemplo, la publicidad. En algunos textos se vislumbra esta diferencia entre el concepto y la idea, que muchas veces en el universo del diseño es lo mismo. El campo de la publicidad lo tiene completamente claro a eso: ¿qué es un concepto? y ¿qué es una idea? Por más que sea un campo que se aleja un poco de Diseño Industrial sobre todo los fines, pero el manejar conceptualmente un discurso, incluso construirlo; y ahí es interesante en la publicidad porque aparecen personas específicas que construyen el concepto, que son personas que tiene más que ver con la disciplina de la literatura, que son los reactivos por esta cuestión de resumir en dos o tres palabras en una frase la idea fuerza que tiene una marca, por ejemplo.

—Cuando hablas de concepto mencionás que es un ente con prioridades, ¿A qué te referís con eso?

—No sé en la frase más completa qué es lo que habrá querido decir.

—Decías que con el concepto todas las ideas generadoras comparten como una base, comparten como un ADN en ese sentido, y comparten las mismas prioridades.

—Volvemos a la cuestión de la orientación y el concepto muy emparentado al programa y este último, muy emparentado al estudio de una situación. Entonces, cuando vos mirás eso, el concepto es el que a mí me orienta y me lleva hacia un campo un desconocido,

imposible saber lo que voy a encontrar en ese lugar. Es una metáfora el concepto. Lo que voy a construir, porque es un acto de construcción y no de hallazgo, imposible prever lo que voy a construir y todos los inconvenientes, todas las vicisitudes, todos los cambios de orientación, pero hay un norte. En este viaje si es una analogía, yo sé lo que quiero de ese viaje, después que me corra de una ciudad a otra, de un lugar a otro puede ser una eventualidad, pero en realidad ese viaje yo sabía que al principio era un viaje de estudio de crecimiento profesional; si después el viaje resulta ser de diversión no estoy en el mismo concepto. Entonces el concepto me lleva a diferentes alternativas, o sea, yo siempre planteo esto como una ramificación: vos tenés el concepto como un núcleo después de ahí se abren diferentes ramas y esas ramas pueden ser ideas, y de las ideas se abren otras ramas que pueden ser otras ideas, y se abren en otras ramas que pueden ser diferentes formas de resolverlo. Concepto-idea-resolución. Pero hay un núcleo central del que yo no me alejo salvo que me dé cuenta que me he equivocado cuando estudié el problema; pero no me alejo porque yo entiendo que el viaje es de estudio y no se puede convertir en otra cosa.

—*Vos citas en la publicación a Reinaldo Leiro cuando dice: "si un concepto el lápiz es proclive a la frivolidad" ¿A qué te referís con esto? ¿Qué interpretás vos que quiere decir Leiro con esto?*

—Es muy fácil desorientarse en un proceso de diseño y es muy fácil desorientarse la etapa de generación de alternativas. Esa facilidad para desorientarse muchas veces nos lleva a lugares que son los famosos sitios de confort. Como hablan en pedagogía, son esos lugares donde me siento cómodo y entonces me resisto a salir de ahí. Y ciertos lugares de confort para los diseñadores, para la disciplina y para la cultura del diseño, es trabajar sobre la forma, pero trabajar por la forma misma o por su valor estético, sígnico, etc. Entonces yo interpreto, por eso la cito a la frase, que cuando vos tenés un concepto En realidad tú norte es otra cosa, no abandonás la idea estética del producto ni en el desarrollo, ni en el desarrollo formal porque es imposible, porque es el ADN de un producto, pero tenés otras inquietudes; entonces esas otras inquietudes te sacan de la frivolidad genera una la forma por su mero valor estético o porque no gusto, o peor aún, en algunos casos porque me salió bien el dibujo. Uno ve que pasa que en realidad el chico se enamoró del dibujo, o se enamoró de la propuesta, o se enamoró de la forma y después de esa forma no resiste ninguna función, no resiste ninguna resolución, no se

puede construir, no se puede utilizar; pero se insiste porque hay como una obsesión por lo formal y eso es netamente frívolo. En ese sentido se frivoliza el diseño.

—Desde tu enfoque, ¿el concepto de diseño? Porque al ver que propusiste un esquema de relación progresiva de diseño conceptual, concepto de producto e ideas. Esto demostraría un proceso en donde se va diseñando el concepto. ¿Es así?

—El diseño se diseña en el sentido en que se construye. Que estas tres cosas que decíamos recién: se conoce, se crea y se construye. Muchas veces incluso a los chicos les digo que es la principal dificultad o una de las principales dificultades en el taller: así como yo dedico mucho tiempo la construcción de una pieza o de una maqueta, con el concepto ocurre lo mismo. No más que concepto abstracto y una pieza es concreta. Es más fácil verlo en una pieza que verlo en un concepto. Pero un concepto tiene la etapa muy rudimentaria en la cual uno agarra un pedazo de materia o de material y lo empieza a devastar pero con herramientas de devastar, después de eso se tiene que ajustar en su forma; entonces tomo herramientas que son de trabajo más fino. Primero se trabaja con una escofina, después de trabajar con lijas, después de trabajar con gubias, hasta que voy pasando ya a la etapa de pulido. Y entonces empiezo a pasar herramientas que son de terminación y de acabado. Bueno, con un concepto pasa lo mismo, tiene un estadio de construcción y de creación que es tal cual eso. El primer concepto que se me ocurre es una pieza muy rudimentaria que tengo que volver a plantearme y a replantearme, e ir puliendo. Esto es como decir, de lo que hablamos recién, el redactor y la frase que va a contener el espíritu de una empresa completa y no es la primera frase que se te ocurre, es una construcción y una reconstrucción, una reelaboración. En una redacción uno va poniendo eso, al principio tiene pedazos sueltos después vas uniéndolos los vínculos, vas trabajando y después si quiero tener un texto es cierta calidad, hay que trabajarlo; y ese laburo es artesanal y eso es lo raro que tiene el diseño industrial. El concepto se diseña en todo su amplio sentido: se construye, se pule, se trabaja.

—¿Puede existir diseño sin concepto?

—Sí puede existir. De hecho muchas veces uno se encuentra desarrollando diseños sin un concepto. Puede existir diseño sin investigación, puede existir diseño sin programación, puede existir diseño sin concepto, el tema es que después uno no puede pretender mucho ese diseño. La calidad que va a tener ese diseño, su techo va a ser todas esas limitaciones. Después hay que ver —acá estamos generalizando— en particular, hay

proyectos que son mucho más simples que otros en los cuales lo que hay que hacer están bastante claro. Porque también hay veces que no hay que hacer una reelaboración conceptual del producto. Se empieza a trabajar a partir de la generación de alternativas pero ya con el concepto planteado; entonces podría llegar a ser este famoso rediseño, o el ajuste, o diseño en detalles. Hay proyectos en los cuales no tengo que conceptualizar, arrancho de un estadio posterior. Un ajuste de una pieza de un producto no te va a requerir un desarrollo conceptual.

—*Cuando hablás sobre métodos de conceptualización, mencionás el moodboard en donde desarrollás una dualidad constante -interno, externo, abstracto, concreto-, esto es lo que estabas hablando de jugar, de este pasaje anexo. Era para re-confirmarlo...*

—Está bien

—*¿Cuáles fueron las influencias o experiencias que moldearon y formaron tu enfoque actual sobre esta temática?*

—En realidad lo que moviliza todo... Bueno en el texto que has estado revisando y lo que yo puedo decir a partir del concepto, es la actividad docente. Yo creo que una de las cosas que tiene de genial la actividad docente es que exige reflexión sobre la acción. Entonces todo lo que hemos hablado son reflexiones de carácter personal que no tienen un carácter de investigación científica o metodológica más rigurosa. Yo creo que la actividad docente, esto de tener parame frente a un grupo de personas y tener que decirles algo con respecto a esto, te "obliga", te lleva a tener que reflexionar y estar todo el tiempo buscando. Porque recién también me preguntabas de campos que tienen abordado el tema del concepto y me olvidé de mencionar que encuentro muchas referencias en el desarrollo del cine, los cineastas y todos los artistas conceptuales que tienen diferentes nombres; o sea cuando uno pone diseño conceptual es probable que aparezcan muchas gráficas de muchas personalidades que han trabajado con el cine, muchos artistas plásticos o diseñadores que trabajan en el universo del cine. Entonces ellos también manejan de una manera mucho más rica esta cuestión que mencionábamos recién, de los diferentes lenguajes. De lo conceptual-conceptual a lo intuitivo-gráfico. Ellos tienen que hacer el storyboard que es una metodología que se usa en cine y que está muy emparentada para mí, con el tema del concepto de diseño; porque de un libro —el cine tiene esto—, que de un libro, de un elemento teórico-conceptual hay que hacer una pieza gráfica-conceptual que es una película y toda esa

construcción o sea el libro, si hay un libro anterior como muchas veces pasa, hay que pasar a un guión y después transformarlo en fotogramas, aparece de storyboard y todo eso es un trabajo del que decíamos recién, todo este lenguaje, interface entre la cuestión teórica y la cuestión práctica. Entonces aparece esta cuestión sobre qué disciplinas lo maneja y hay varias disciplinas muy interesantes y después hay que ver autores específicos, bucear. Uno va encontrando una cantidad de autores muy referenciales para esto que no son del diseño industrial. Cuando uno busca diseño conceptual y pone las palabras diseño industrial aparecen súper dibujos acabados de ideas desarrolladas hasta el último tornillo, hay gente que tiene esa capacidad de proponer y resolver casi a la misma vez. No creo que todos tengamos esa capacidad, no la tenemos de hecho y creo que el proceso es más por el lado del cine o algunos arquitectos que transparentan más al proceso, no lo ven como algo negativo. Un ideograma en Diseño Industrial es como mal visto. El diseñador muestra la cosa acabada, nunca muestra la cocina. No sé por qué está mal visto o hay un prejuicio en Diseño Industrial de mostrar la cocina. En arquitectura no, todo lo contrario: les gusta mostrar su bitácora de viaje. El arquitecto es muy de la bitácora y ahí aparecen los ideogramas, la mancha, el trabajo diario que pueden ser piezas de un altísimo valor estético. Y todas esas son influencias. Yo tengo también, ya a nivel personal, el universo del cómic. Es un universo que desde la infancia me ha influenciado. Entonces esta cuestión también: el cómic es una película, es un storyboard con sus diferencias; pero muchos dibujantes de cómics hacen storyboard o al revés. Infinidad autores. Muchos cómics que son pasados al cine. Para mí es una influencia muy fuerte y son como piezas clave para poder hacer estas construcciones que voy haciendo. Es más cuando hablo con los chicos de concepto de diseño me baso en unas películas que unen estas cuestiones que son la trilogía de las Batman de Christopher Nolan. Pero ahí se ve nítidamente; y utilizo para Diseño Industrial el tratamiento conceptual del batimóvil en esa saga, que deja de ser un auto con características deportivas para convertirse en un vehículo de guerra y de choque como un tanque o una tanqueta. Ahí hay un fuerte trabajo conceptual. Se trabaja desde el concepto qué es este vehículo para después poder hacer los diferentes diseños y versiones que se podrían llegar a hacer; ese vehículo, el diseñador que ahora no me acuerdo cómo se llama, pero del batimóvil de esta saga, se basa en un batimóvil que es un tanque de Frank Miller que es un referente en el mundo del cómic gigante y de Batman también porque es el que genera todo un punto de inflexión en el tratamiento de su historia. Entonces empiezan a unirse como cosas de una riqueza tremenda: escritores,

dibujantes, artistas plásticos, diseñadores. Giger el diseñador de Alien y es diseñador industrial. El universo conceptual, plástico muestra que es un excelente dibujante, pero a su vez genera todo universo conceptual y con una estética que tiene que ver, en ese caso con el terror, con imágenes muy fuertes.

—*Creo que es la biomecánica lo que usa.*

—Sí, de la mezcla de lo biológico con lo mecánico: nave que parecen animales, animales híbridos, etc. Universo lleno de riquezas. Para trabajar eso de lo gráfico-intuitivo porque ahí es como más natural, incluso el material que uno puede mostrar para ilustrar lo que está diciendo, el universo del cine es vastísimo para mostrar esas cosas.

—*En el artículo sobre tu biografía, leí que sos miembros del equipo de investigación del equipo que dirige Mario Iveta en diferentes proyectos ligados a la ciencia de la educación, evaluación, articulación de contenidos, etc. ¿Cuánto ha profundizado la pedagogía en el terreno del diseño según tu experiencia?*

—Lo primero, es que yo pienso que la pedagogía, lo digo como novato en el universo en este universo. Y digo como novato porque en el 2008 me meto en el estudio formal de la pedagogía; hago una maestría, estos trabajos de investigación, no es tanto el tiempo para abarcar semejante universo. Creo que la pedagogía por suerte es un área de mucho desarrollo y de mucho cambio de paradigmas de lo que es enseñar y de lo que es aprender. También todo esto que estoy mencionando de mi experiencia personal me cambió muchísimo la mirada, diez años después de empezar la carrera docente. Con respecto la enseñanza de diseño, creo que por ahí falta mucho desarrollo. Si bien hay desarrollo en la UBA y acá también hay como una exploración, pero yo creo que hay muchas herramientas que propone la pedagogía que el diseño por razones se vienen haciendo. No sé si hace falta tampoco tanto desarrollo porque hay muchas cosas que se pueden emplear de la pedagogía sin esperar que sean desarrollo específicos para la disciplina. Son las cosas que se pueden complementar perfectamente el diseño y la pedagogía. Lógicamente que hay cosas, lo decíamos recién, construir dispositivos pedagógicos didácticos para muchos momentos del proceso de diseño, en eso sí hay como una deuda bastante grande, pero es estudio profundo y complejo. Porque hay que entender actores con dinámicas complejas tanto el estudiante como el docente son complejos en una mito complejo sumado a la complejidad de la disciplina el diseño y

sumado a la complejidad de qué se hace y sumados a la complejidad de cómo llegamos a esos resultados. Muchas veces muchas partes de esto son cajas negras, ocurren pero no sabemos bien por qué ocurren; por suerte hay una conciencia de que necesitamos profesionalizarnos con respecto a lo pedagógico-didáctico y que necesitamos echar una mirada sobre lo que hacemos de una manera más seria, más científica, lógicamente más para el lado de las ciencias sociales. El diseño industrial y los diseños se emparentan más con la metodología de investigación del trabajo con las ciencias sociales que con la ciencias duras que no tienen muchas respuestas para nosotros pero existen otras ciencias que no nos pueden servir mucho.

—*¿Tenés conocimientos sobre algunos autores que hayan elaborado teoría para este tema concreto de la pedagogía en el diseño?*

—Hay algunos autores, sobre todo en la UBA, me parece, que han trabajado esto de lo que yo conozco, están Romano y Macedo; editorial que se llama Nobuko que tiene muchos libros orientados, los autores son arquitectos, para ese universo pero abiertos al diseño, aportan a la problemática del taller, trabajan con eso. Me parece que hoy por hoy, específico, puede ser esa referencia.

—*Y quizás una pregunta muy obvia porque ya venimos hablando de todo esto; en la temática conceptual específicamente, abordaje pedagógico ¿hay alguno?*

—Nosotros hemos concretamente hemos desarrollado una herramienta, que es como herramienta formal, una pieza gráfica que trata de ordenar conceptos que siempre están confusos y siempre están como presentados de una manera... porque en realidad la primera cosa con respecto a concepto de diseño es aclarar de qué estamos hablando, porque muchas veces se trata de enseñar esto si una postura clara y después, por el nivel de complejidad que tiene, terminamos haciendo un reduccionismo que nos lleva a otra cosa que no es el concepto de producto; que nos lleva a herramientas de generación de formas a partir de la analogía lo cual es desastroso. Hacer un producto conforme a otro producto y eso ya es concepto. O hacer un producto que no tengo idea cómo funciona o es súper alocado porque plantea tecnologías inexistentes, también es un producto conceptual. O producto que se asocien más, porque también siempre aclaro que no es lo mismo el objeto conceptual que el concepto de producto, para que primero viene del arte conceptual y viene también del Ready Make que es construir productos pero partir de generar sensaciones en el espectador porque no se pueden utilizar. Entonces yo hago

Entonces yo hago un sillón lleno de hojas de trincheta y eso ya es un producto ligado al arte, no se puede decir que está bien o qué está mal, pero que genera sensaciones incluso, de rechazo, de impresión, de asco; pero no es diseño de producto para diseño industrial. Porque nosotros finalmente no queremos a los provocadores si no lo queremos hacer solucionar problemas que tiene la gente cuando usa los productos o cuando se enfrenta con ciertas adversidades.

—Quería terminar con tu visión personal, aunque ya dijiste bastante, pero más que todo la visión global de la FAUD sobre esta temática conceptual ¿están todos de acuerdo?, ¿en qué puntos están de acuerdo?

—Global con respecto a la visión de la FAUD no te la puedo dar porque no creo que la tenga. Porque la FAUD implica las carreras arquitectura y diseño, puedo hablar más de diseño y puedo hablar un poco más de ciertas cosas pero la visión global tendría que ver un poco más, conozco bastante qué es lo que estamos haciendo pero tendría que ver un poco más. No puedo emitir una opinión de toda la carrera, lo que sí nos haría falta mucho taller docente, mucho debate en esos talleres, mucho mostrar que hacemos y cómo lo hacemos, qué es lo que pensamos. Creo que eso es sumamente necesario y falta en todos lados no solamente la carrera de Diseño de la FAUD de la UNC. Yo creo que es uno de los temas menos abordados desde punto de vista porque siempre hay otros como más importantes; Pero hace falta, sobre todo esta cuestión, sin ánimos de criticarnos, hacen falta lugares institucionales de encuentro para poder debatir esto. Sin hacer catarsis porque ese es el gran problema de los talleres docentes qué terminamos haciendo catarsis, sino terminando, construyendo en el caso de la docencia un texto que es el caso que construimos.

—¿Iráis por un enfoque más reduccionista en este tema o estás abierto a la multiplicidad de puntos de vista?

—Creo que son dos cosas distintas, reduccionista o tener una mirada... No, acá las construcciones tienen que ser colectivas. Nadie se puede arrogar tener la verdad en estos casos. Lo que hay que hacer es una construcción colectiva y dentro de esa construcción colectiva ponernos de acuerdo; no sé si el consenso, ojalá se lograra, porque el consenso implica que estamos todos de acuerdo pero tener acuerdos, tener parámetros, tener indicadores. Decir bueno: "esto está bien por razones y el indicador es esto", lo cual no significa tener una sola mirada. Es imposible en diseño tener una sola

mirada de nada. Lo que sí, hay que entender que está haciendo el otro y hacer acuerdos para, incluso no estando totalmente de acuerdo, poder acordar cosas porque entendemos que nos hace bien el colectivo.

—*¿Cómo han sido tus experiencias pedagógicas hasta ahora, sobre la temática conceptual, te ha resultado difícil? ¿Alguna reflexión de cómo debería hacer esto?*

—Resulta muy difícil. La reflexión sería tratar de aclarar conceptualmente, de tener en claro construir teóricos con respecto a esto, hacer referencias bibliográficas. Construir herramientas, construir indicadores, construir prácticas. Hacer y hacer. Y tratar de ser lo menos impreciso posible. No creo que sea una metodología son imprecisos o ser vago - en esta cuestión de la vaguedad- para explicar algo, en eso, no creo acordarme nunca, pero mientras cada uno tenga su teoría, sus prácticas, herramientas de evaluación, sus cosas concretas. Mientras más mejor si están en papel o puedo ver un teórico, o puedo ver un ejemplo, un pedazo de bitácora que trata esto; está todo bien porque en realidad a partir de eso se puede construir, se puede consensuar, se puede comunicar o se pueden hacer acuerdos.

—*¿Estás de acuerdo con que estés enseñe a la mitad o en etapas tardías de la carrera o crees que debería hacerse desde el comienzo?*

—El tema de concepto a mí me... Siempre he dicho que, para primer año, por ejemplo, me parece una complejidad que si lo abordamos empezamos a... Si lo abordamos para que lo pueda entender, porque una cosa es que lo entienda el alumno y otra cosa es que lo aplique que son los planos. Yo creo que está bien en un primer año y hasta en una primera parte de segundo, dar elementos teóricos, pero no sé si está bien que el chico haga práctica. Que también es toda una cuestión de trabajo más fino, ahora te lo estoy diciendo a grosso modo. El tema de concepto de diseño, creo que hay que hacer como una gradualidad muy estudiada porque si no caemos... para poder salir este terreno tan complejo, caminamos dándole al estudiante conceptos muy básicos herramientas de trabajo muy básicas que después son muy difíciles de desinstalar. Entonces el primer desafío que tenemos en cuarto año es cómo transformar esas herramientas y esos conceptos muy básicos que trae el estudiante en conceptos más complejos. ¿Cómo lo reconvertimos? Y hay veces que hay que desinstalar ciertos conceptos. Concepto de producto no es una analogía formal; pero está tan instalado el tema de analogía formal

que ya es un doble trabajo: desinstalar ese concepto e instalar uno nuevo. Y eso podría ser a lo mejor, consecuencia de tratarlo en etapas muy temprana de la formación.

Anexo 2. Entrevista Diego Speroni¹⁰ (Primera Parte)

Pablo Medeot: —*Estoy haciendo una tesis de investigación sobre los métodos de conceptualización y quería partir de la base: ¿Cuál es para vos, el concepto de Diseño?*

Diego Speroni: —Precisamente hoy les estoy por dar a los chicos un teórico que habla sobre concepto de diseño. Lo que ves es que hay muchos libritos y cada profesor con su librito. Si ves Ulrich, cuando habla de concepto de diseño habla prácticamente de una idea general de producto. Definiendo groseramente las formas como para después poder avanzar. Después otros autores van a un nivel más abstracto. Mi percepción de eso y lo que para mí es concepto es ir de lo inmaterial a lo material, de lo abstracto a lo concreto. Y como que son válidos los dos extremos de conceptualización. Porque en un nivel elevado o en capas superiores el conceptualizar en forma global, en general —como hacemos nosotros en los trabajos prácticos—, de decir, hay un texto, una redacción, hay ideas preliminares...

—*Una metáfora, un poema...*

—Exactamente. Hay trabajos hechos en el politécnico a partir del texto de un poeta. Un tipo groso llevaba adelante el proyecto, no sé si era Vincent Pacciarra o uno de esos tanos. Ya te lo voy a buscar porque tengo un libro del Politécnico que habla de eso y que está bueno porque cuentan cómo parten y después están todas las imágenes de un Dodge; de los proyectos materializados.

—*¿Es del lavarropas?*

—No, es de otro trabajo que se hizo en el Politécnico. Entonces, te decía, que son válidas las dos posturas, porque a medida que vos vas cayendo en lo que va a ser el producto, vas a atravesar todas esas capas del concepto.

—*¿Vos lo ves más como un eje?*

—Yo lo veo más como un eje, sí.

¹⁰ Diego Speroni es Diseñador Industrial, Profesor asistente de la cátedra de Diseño Industrial 2-B, Profesor Adjunto de las cátedras de Ergonomía I y II, en la FAUD-UNC; y Profesor de Diseño Industrial I y V en la Universidad Siglo 21.

—Claro, por lo que yo he visto, se categoriza como un simple proceso, como una capa.

—Sí, pero para mí va más allá de eso. Depende de cómo vos lo abordes también,

—Entonces, ¿Cómo lo definirías en su naturaleza? ¿Es una metáfora, un eje?

—Yo creo que es un eje conceptual; es decir un eje de trabajo. Se toma el concepto como eje. Vos generás un concepto al cual te aferras, o lo definís, o lo usás, y a través de eso vas de lo abstracto a lo concreto. Cuando materializás el producto se tiene que reflejar el concepto. Es muy potente la fuerza del concepto.

—¿Lo ves como una experiencia? ¿El proyecto es una experiencia?

—Y sí. Es que en realidad el diseño es una experiencia. Ponerte a diseñar algo, investigar, conocer, es toda una experiencia. Cada proyecto nuevo es una experiencia.

—Porque veo mucha falta de eso acá en Argentina.

—Sí, puede ser.

—Como que todavía estamos por el lado del souvenir y no del diseño.

—Puede ser, sí. ¿Leíste diseño emocional? Léelo porque es muy bueno.

—Lo estoy leyendo. Es la emoción, es humanizar el objeto.

—Yo creo que va por ahí. Es lo que me gusta y creo que es un camino muy válido.

—¿Y cuál es la diferencia entre diseño de producto y diseño conceptual de producto desde el punto de vista del manejo del concepto?

—Para mí es lo mismo. Es activar un montón de cosas. Por ahí lo podemos separar de alguna manera cuando se hace diseño conceptual y queda en eso. Pasa mucho con el *concept car* y ese tipo cosas que será de acá al futuro, pero que no invalida, incluso utilizando los mismos parámetros, si las premisas son diseñar un producto para hoy lo podés hacer. Yo creo que es válido en todo.

—¿Puede ser considerado más riesgoso el diseño conceptual?

—No. Desde mi punto de vista como diseñador, cuando me pongo a diseñar algo, tengo que conceptualizar. Tengo que tener algo de dónde agarrarme, tiene que haber algo que me indique el camino sino, no puedo.

—*Son diferentes métodos de trabajo.*

—Claro, vos tenés que desarrollar esto. Y bueno vas a ver su historia, qué querés comunicar. Yo creo que el qué querés comunicar pasa mucho por el concepto.

—*Por el nombre de la película.*

—Exactamente. Por ahí son niveles de formación más bajos, pero el otro día estaba charlando con unos chicos en la Nacional, en Diseño II; están haciendo un trabajo sobre diseño de comida dentro del que tienen algunos límites: algunas masas que pueden usar, hay determinados procesos, etc. Y yo veía que empezaban a tirar formas. Y yo creo que pasa con muchas cosas. Vos te ponés a hacer formas y formas podés estar haciéndolo toda la vida, pero si en lo que vos querés hacer no querés comunicar algo... La forma por la forma misma no va a ningún lado. Entonces yo creo que el concepto parte de eso: “qué quiero comunicar con este producto”.

—*Diferente es que tires formas hasta concretizar la que tenés en la cabeza. Como que las primeras son borradores...*

—Para mí no. A la forma la encontrás... El concepto te puede transmitir muchas cosas depende de lo que vos plantees. Vos sabés que a un producto le podés dar formas suaves, texturas...

—*Pero vos decís tirar formas “sin sentido”.*

—Bueno, por eso te digo. Si vos no tenés un concepto, empezar a tirar formas para llegar a un producto te puede tomar toda la vida. Quizás alguna te guste, te parezca interesante, pero es como que le falta el alma.

—*¿Vos crees que el mismo concepto debería ser diseñado?*

—Qué buena pregunta. A ver, yo te pregunto a vos ¿cómo sería?

—*Para esta tesis —como es método de conceptualización—, me fijé cómo eran los trabajos y noté que siempre los estudiantes, toman los conceptos del brief de diseño...*

—Para mí ese es el primer extracto de concepto.

—*Es como el concepto crudo. Es una idea.*

—Claro. Y después hay que procesarlo. Y cada uno le pone su impronta.

—*Por ejemplo en la Universidad de Palermo había un concurso donde el concepto de diseño era hacer algo de uso doméstico-familiar y que sea sustentable. Un pequeño brief del que partí para hacer una brainstorming no solo enfocado al producto o la idea, sino también al concepto. Y llegué al tema de la concientización en la sustentabilidad y la unión familiar. Pude despegarme de la idea aislada de sustentabilidad.*

—Son palabras fuertes que pueden pasar por muchos lugares...

—*Es que te dan esta parte que es “sustentable” y la gente diseña con este límite cuando en realidad puede irse hacia otros lados, mientras tenga un eje rector.*

—Claro, cuando hicimos con ustedes el trabajo de la Whirlpool, el brief o concepto que lanza la marca, ese extracto de concepto del que hablábamos. Después cada uno retomó y lo replanteó para desarrollar el producto, no que le pareció —porque tenía que ser un lavarropas—, pero sí, cómo le pareció.

—*Lo interesante es que todo esto es el diseñador, su estilo. Y ahí es donde salen las cosas que decís, ¿por qué siempre hacemos lo mismo?*

—No sé si siempre hacemos lo mismo... lo ideal sería que cada uno busque su impronta, que cada uno tenga un estilo. Que a uno le gusten determinadas formas, colores, cosas...

—*Entonces sería el concepto como columna de huesos que soportan estructuras, las bases, pero también sistemas nerviosos que varían.*

—Me parece que está muy bueno eso.

—*Ahora ¿cómo se debería aplicar el diseño en concepto en empresas o estudiantes emprendedores?*

—Ahonda un poco más...

—Este concepto de diseño del que te hablo; no enfocado en el producto sino en el concepto mismo.

—Repito para mí lo primero que tenés que hacer antes de empezar a diseñar es diseñar el concepto, tenerlo en cuenta. El concepto va a partir, seguramente, si hablás dentro de una empresa, del brief que ellos te propongan y hacia dónde quieren llegar, teniendo en cuenta los valores de la marca. Cuáles son sus objetivos; siempre las empresas tienen algo que quieren comunicar y esos son anclajes fuertes que hay que tener en cuenta para desarrollar el proyecto.

—Y ahí es donde tenés control de marketing, trabajo interdisciplinar, ingenieros, etc. Es una actividad que tiene que comprometer a toda la empresa.

—Para mí totalmente. Porque te va a dar el ADN de la empresa.

—¿Cómo definís el ADN de diseño?

—Cómo es.

—Es el estilo...

— Pero a su vez supone una cantidad de cosas inmateriales que conforman la marca y en definitiva la empresa

—La identidad.

—La identidad de la empresa, de la marca. Seguro que sí.

—¿Vos lo ves a eso a nivel local Córdoba, Argentina; con diseñadores de acá?

—Sí, yo creo que sí. Hay gente que labura teniendo en cuenta esas cosas.

—Porque veo mucha gente muy inteligente, muy ingeniosa para resolver problemas, pero veo que el desarrollo está abstracto.

—Vos fijate que... bueno, te conté que vino el que fundó, el que puso en pie la carrera de diseño industrial en el politécnico de Milán, un tipo joven —llegó a ser el más joven en doscientos años de historia—, que era director de carrera y el tipo es muy piola. Estuvo en la bienal y charlábamos con él y yo le decía: “me acuerdo cuando fui a Italia en el '99, ese año recién salía la primera promoción de diseño industrial en Milán”.

Todos los trabajos lo hacían anteriormente, arquitectos. Con todo lo que le pusieron a la carrera formaron grandes diseñadores, pero aun así, recién en el '99 tuvieron los primeros profesionales. Imagínate que nosotros todavía estamos muy verdes. Nos falta, pero yo creo que cada vez hay gente más capaz.

—*¿Ves una transición?*

—Sí, totalmente. Antes la mayoría de nuestros colegas y demás, salían para hacer laburos técnicos. Mi generación, yo cuando me recibí en el '98 no había, no se conocía lo que era el diseño industrial. Entonces por ahí tomábamos cosas y empezábamos a dibujar en AutoCAD... pero realmente era muy complejo y yo creo que son periodos. Hoy en día no tiene comparación con diez años atrás, se va evolucionando.

—*Para vos, ¿hay algún producto que se haya originado localmente y que tenga un buen ADN, una buena identidad lograda?*

—Yo he visto lindos casos en Dimun que es un curso de posgrado de la UNC que trabaja con muebles. Hay de todo, pero hay algunas cosas que están muy bien logradas. Como ejemplo me parece interesante.

—*Claro es como para el marco teórico. Para saber qué hay localmente.*

—También fijate en el Máster en diseño de procesos innovativos. Ahí también vas a encontrar algunos productos que están buenos.

—*¿Se trata de innovar en cada proceso, en cada etapa?*

—Sí, está muy buena la maestría. Por ejemplo, ahora tuvimos una clase en que se lee, todo el ejercicio... ¿Leíste seis sombreros para pensar?

—*No todavía.*

—Léelo que está muy bueno. Y entonces hicimos una dinámica de grupo en donde determinado grupo se ponían distintos sombreros y abordábamos...

—*¿Son las distintas personalidades?*

—En verdad son las distintas miradas que tendrías que tener en cuenta cuando desarrollás un producto. Un producto es hasta una actitud de vida si querés. Pero el

hecho es decir cómo puedo mirar un producto con distintas miradas y hasta por ahí decir, de qué manera le puedo entrar al producto.

—*Es una forma de pensar.*

—Es una forma de pensar. No una metodología y por ahí le puedo entrar por los datos y a ver, entonces, cuantitativamente, cómo es esto... que es el sombrero blanco por ejemplo. Después podés armar secuencias con los distintos sombreros o el emocional. Lo que primero te llame la atención. Te puede llegar a servir.

—*¿Cómo describís el diseño competitivo? Es decir, ¿el diseño que logra lo que se había propuesto alcanzar? El diseño fuertemente en lo conceptual...*

—Para mí sí.

(Segunda Parte)

Pablo Medeot: —*Diego me gustaría que te presentaras.*

Diego Speroni: —Soy egresado de la primera promoción de diseñadores industriales de la UNC. Estuve casi seis años en Italia donde trabajé en un par de estudios: uno de muebles, otro de diseño en general; después entré a trabajar en el politécnico de Milán, primero acompañando la tutoría de un máster en diseño estratégico y luego en un laboratorio —la didáctica en el politécnico se basa en una serie de muchos laboratorios— que trataba lo que es materiales, información sobre materiales y análisis del sector.

—*¿Cuál es la filosofía del laboratorio?*

—*¿En qué sentido?*

—*¿Cuál es el modus operandi?*

—El modus operandi es el soporte de la didáctica. Hay mucha teoría y el laboratorio apoya a eso en, por ejemplo, el desarrollo de los trabajos prácticos. Nosotros teníamos alumnos que venían al laboratorio pidiendo información en base al proyecto que estaban desarrollando, tanto sobre los materiales que podían utilizar, como sobre las tecnologías que iban a necesitar. O sobre qué empresa está haciendo tendencia en ese sector en particular y entonces, nosotros brindábamos toda esa información.

—*¿Cómo una consultora?*

—Cómo una consultoría, exactamente. Que después, cuando ya me estaba volviendo, eso se transformó y que está bien, no es un objetivo de las universidades; ya se terciarizaba. Empecé a trabajar abierto: venía la empresa y pagaba el cannon por mes, por semana, etc., y tenían acceso a toda la información. Era encontrarte con un montón de cosas, con información de otras empresas y de materiales en un solo lugar. No tenías que andar picando por todos lados, vos llegabas ahí y tenías todo. Entonces un poco era ese el objetivo del laboratorio. Después volví a Argentina y empecé a trabajar en la Universidad Siglo 21 en Diseño Industrial 5; después en la I y más tarde, en la cátedra de Ergonomía. Y finalmente en la de Diseño Industrial II.

—*Me quedó una duda con el laboratorio del Politécnico de Milán, ¿la información era todo búsqueda de campo de los diseñadores?*

—No. De empresas. Se sectorizaba por empresa. O sea, la parte de materiales, se trabajaba junto con los laboratorios de física y química de la misma universidad, que creo que formaba parte de la facultad de ingeniería. Y ahí tenías muestrarios e información de los materiales, había bibliografía, libros que hablaban de eso y muestras tangibles para que vos las pudieras ver, tocar, oler. Eso por un lado y la otra parte del laboratorio era análisis del sector. Teníamos todo el mercado dividido en segmentos o sectores. Tenías el sector de muebles o todavía más específicos —yo estaba en el de sillas—, tenías el que hacía indumentaria, el que hacía valijas, el que hacía autos, etc. Y ahí lo que nosotros buscábamos era preponderantemente empresas italianas que estuviesen haciendo punta en ese sector. Había mucha información y todos los años se actualizaba. Íbamos a las ferias, recolectábamos info de las empresas que nos mandaban y todo eso se ponía a disposición de los alumnos. Teníamos todas las normativas, como acá son las ISO, los italianos usaban las UNI —que son las italianas— conjuntamente con las del resto de Europa. Todo ese material también está disponible.

—*¿Tenían investigación de mercado también?*

—No. Había alguna cosita embrionaria, pero no había firme una investigación de mercado.

—*¿Todavía no estaba o no se desarrollaba?*

—No, no estaba bien armado. La idea era que paso a paso se crearan distintas cosas. Después yo ya me vine y quedó

—*Por eso el sector por productos.*

—Claro. Vos podías ver quién era el líder en cada sector y que a su vez contase con qué tecnologías trabajaba, con qué materiales, etc.

—*¿Qué es lo que viste de diferente en el tema de ideación o concepto allá?*

—Lo que yo pude ver es que la carrera en sí, ya se trabajaba mucho sobre el concepto. Tengo un par de libritos. Invitaban una autora para que contara algunas historias en una especie de taller y, a partir de esa historia empezaban a generar ideas, para generar conceptos, para generar productos. Y eso ya se hacía desde siempre. Trabajaban el concepto.

—*Buscaban inspiración.*

—Buscaban inspiración es ese tipo de cosas. Era un tipo *workshop*, me acuerdo uno que lo dirigía Santiago Miranda —uno de los socios de un estudio muy grande que hay en Milán—,

—*¿Se podría decir que el concepto da la ventaja competitiva en el mercado?*

—No sé. No te lo puedo contestar a eso, pero para mí sí. Soy fanático del concepto y de arrancar en un producto a partir del concepto. Pero sí es algo que se usa y que impacta directamente sobre el producto. Después Italia armó todo su circo y te vende mucho de eso, pero yo creo que sí hay una cultura de diseño y atrás de todo eso está la conceptualización.

—*¿Conceptualización que quizás nació de su estética? ¿Que evolucionó?*

—Y puede ser.

—*Yo te preguntaba por el contexto porque acá —también le he preguntado a otros profesores— y me dicen que tiene mucho valor, pero que el mercado es otra cosa...*

—El concepto aplicado al producto para mí no tiene nada que ver con el mercado. Es una forma de nacer del producto. El mercado te pide productos y vos podés diseñar conceptualmente... porque por ahí se tiende a confundir las palabras y el diseño

conceptual, por ahí nosotros lo entendemos cuando vemos un vehículo y entendemos que es un diseño conceptual futurista, por ejemplo. Lo que yo planteo como concepto de diseño es una teoría que vos desarrollas después de haber hecho el análisis —por esa etapa— en donde basas los fundamentos de qué querés comunicar con el producto, a dónde querés llegar. Qué querés que transmita ese producto. Yo parto de esa conceptualización del producto, que va a ser obviamente lo que le da nacimiento. Que tendrá toda una carga importante para mí y que no es lo mismo que buscar la forma por la forma.

—No es un objetivo, es un medio.

—Es un medio, exactamente.

—*Me podrías decir, en palabras simples, ¿qué es el concepto para vos?*

—Sí. El concepto, primero, no es simple. Yo creo que el concepto da los fundamentos para el nacimiento de un producto; que vos lo podés fijar, que vos lo podés buscar. La búsqueda por ahí es tediosa, o se complica. Es un ejercicio, hay muchas maneras de inspirarse en un montón de cosas yo creo que es un ejercicio como el diseñar, el salir de correr, el no dejar de pensar en cosas y ejercitar la mente. Pero creo que es eso. Sienta las bases para la creación de un producto.

—*¿Qué tanto crees vos que influye el brief en la etapa de ideación, de conceptualización?*

—Si hablamos de un primer brief del producto cuando charlas con tu cliente y te baja la info, y sí tiene un medio de comunicación. Porque la persona que te dice lo que quiere te está transmitiendo implícitamente varias cosas. Que después vos los trabajes, modifiques y veas qué querés hacer... Hay un hilo conductor, no lo veo súper importante en esa etapa. Porque en definitiva vos tenés que descifrar lo que te está pidiendo el cliente para hacer real el producto. Entonces indudablemente habrá algún hilo conductor.

—*¿Lo tenés que sintetizar?*

—No sé si sintetizar, pero sí descifrar. Muchas veces el cliente no sabe lo que quiere, lo que está buscando. O lo sabe, pero con sus palabras... Vos viste que esta es una carrera multidisciplinaria donde tenés que aprender un montón de lenguajes, a “traducir” cosas.

Y por ahí hay muchas cosas inmateriales que el cliente te cuenta que son muy ricas y que puede ser que vayan a impactar después en el concepto, pero que él no lo visualizó como prioritaria en esa etapa.

—*Ese ejercicio que decías recién, ¿tiene que incluir también este descifrado?*

—Yo creo que sí. Pero es otra etapa —te repito— anterior al desarrollo conceptual.

—*¿Cuáles fueron tus influencias de vida y de educación que impactaron en tu punto de vista conceptual?*

—No lo había pensado, pero ahora que me lo preguntás. Mi primer trabajo profesional lo hice afuera, cuando estaba viviendo en Italia y esa experiencia me influyó mucho. Mi primer trabajo lo conseguí de cara dura, era en un showroom que diseñaba sus propios muebles y a su vez hacían equipamientos para casas y shoppings sobretodo en Arabia Saudita porque uno de los dueños era libanés. Entonces lo primero que hice fue trabajar con unos vasos que ellos habían hecho, con cristal de bohemia, para una bebida específica y necesitaban desarrollar toda la línea intermedia. Y de ahí empecé. Fue muy difícil porque en general estos estudios tienen unos popes que son los que se encargan de hacer todas las cosas y vos tenés que dibujar, preparás cosas, etc. Ese entorno, esa gente me influyó. Hasta ese momento solo conocía gente que había estudiado en los libros y entonces eso fue muy interesante para mí. Después también me influenciaron varias personas. Mancini que fue mi jefe en el Politécnico en la maestría de diseño estratégico. Conocí a Castiglione, a Julio Vinacha, que es un diseñador social. Tipos que impactan y el entorno en sí, se respira diseño... La feria del mueble... trabajo en sí. Yo creo que he ido mamando eso que me ha hecho reflexionar más sobre el producto, más sobre lo que está atrás del producto, el cómo generarlo. Hay una charlita mía en Youtube sobre qué te inspira, que di en la Siglo 21. Ahí vas a poder ver mejor qué es lo que me inspira.

—*También escribiste un artículo.*

—Sí, en realidad me hicieron una entrevista —una mujer muy preparada— que me pidió que le diera información... entonces le conté, charlamos un rato mientras ella grababa y después le mandé también unos escritos; y ella medio que armó el artículo. Lo escribió muy bien, quedó muy bueno. Ahí también hay datos. Fíjate porque es un poco más visceral.

—¿Tenés influencias teóricas? Porque hasta acá podríamos decir que fueron influencias experienciales...

—A mí me gusta leer de todo un poco. No te puedo decir que hay un solo autor que me marcó. Me gusta el estilo, me gustan mucho Rams y Camis. Y después me gusta mucho este tipo que es un personaje, Julio Vinacha. Él se define como un diseñador social y trabaja mucho con eso y a mí me gusta bastante eso porque, por ahí, también tiene mucho de conceptual.

—¿Se te dificulta mucho transmitir esto a los estudiantes?

—Yo creo que no porque me gusta. Sí veo que no es fácil, es más bien difícil de entender. Bueno, vos lo has vivido así que vas a poder contestar mejor la pregunta (risas). Por supuesto que es como todo que al comienzo es más difícil, pero después vas incorporando estrategias y se te hace más sencillo.

—¿Fue evolucionando la didáctica?

—Sí, por supuesto que sí. Inclusive porque vos empezás a buscar información sobre concepto y concepto de diseño, y te encontrás con que cada diseñador tiene su librito. Algunos lo entienden prácticamente como un esbozo de la descripción del producto; y otros lo entienden como algo mucho más etéreo que está por encima. Entonces te vas formando una serie de pensamientos y análisis, masticando la cuestión hasta que armás tu historia. Lo que a vos te parece, lo que entendés por concepto. Puede haber como varios niveles, unos más inmateriales hasta llegar a algo bastante tangible: las formas, los olores, las texturas, el color. Todo comunica y creo que a través de eso podés transmitir el concepto del producto.

—¿Cómo ves que este pensamiento del concepto está instaurado acá, con los estudiantes, los profesores, tu entorno?

—Yo veo que hasta Diseño II están más perdidos. Ahí empiezan a ver algo —es ya tercer año—, y lo cocinan en Diseño IV, pero hay una fuerte influencia del concepto.

—¿Cuál es tu opinión de la Siglo XXI?

—Y... podría ser interesante que empiecen a... De todas maneras, yo creo que la formación que tienen ustedes es muy buena y es un ejercicio previo de otras áreas en

cuanto a diseño. Pero veo que les cuesta mucho más ya en un nivel tan avanzado arrancar del concepto. Se podría empezar desde antes porque después les cuesta visualizar, porque están acostumbrados más a lo práctico. Entonces, empezar a teorizar antes sobre el producto, sobre cómo puede ser; sobre toda esta carga conceptual que se hace. Así llegarían mucho más maduros a Diseño V.

Anexo 3. Entrevista a Martín Fontana¹¹

Pablo Medeot: —*Vos definiste el concepto como: “una idea rectora que oficiará de guía para la proposición del diseño de producto”, ¿qué querés decir con esto?*

Martín Fontana: —Es justamente eso, una guía proyectual que traza un camino para que el diseñador en su proceso proyectual de diseño vaya de un punto A a un punto B de una manera ordenada, con un rumbo determinado. En la arquitectura la suelen llamar la idea de partido o la idea rectora y en el mundo del diseño del producto, generalmente se utiliza el concepto, como una abstracción de esa idea que quiero transmitir y que, esa abstracción trae aparejada una serie de códigos visuales o identitarios, que al consumidor lo van a remitir —para trabajar en su memoria emotiva— y linkear el producto con la propuesta. Por eso también en el escrito hablo de cuál es la promesa que vos hacés, desde el punto de vista de la administración del managment del producto, vinculado con la comercialización del mismo. Cuando estudio un segmento de mercado determinado, estudio los factores mercadotécnicos que tienen que tener un producto, voy a descubrir cuáles son los valores aspiracionales de ese público que tengo. El producto tiene que tener valores percibidos que coincidan con esos valores aspiracionales. Esos valores percibidos tienen que tener una materialidad, una textura, colores, formas que sean acordes a eso que quiero transmitir. Eso que quiero transmitir sintéticamente es un concepto,

—*Entonces, ¿hay una gran relación entre los valores aspiracionales del usuario y el concepto?*

—Sí.

—*También escribiste que: “dependiendo del enfoque de diseño en que se adapte, el concepto de diseño incidirá en el rumbo proyectual del proceso de diseño”. Es decir,*

¹¹ Martín Fontana es Diseñador Industrial y Magister en Diseño de Procesos Innovativos, especializado en Análisis e Innovación en la Cadena de Valor. Se desempeña como profesor titular de la Cátedra de Diseño Industrial II A y Profesor Adjunto de la Cátedra de Diseño Industrial IV de la FAUD, UNC. Fue Director de la Carrera de Diseño Industrial de la Universidad Siglo 21 (2006-2014). Integrante del proyecto de Investigación SECyT 2015 Gestión sustentable en universidades, evolución y cambios en los programas de Movilidad Sustentable.

Es miembro de la consultora fontana&moisset, desarrollando productos para marcas como Limit, Heineken, Drop, Sullivan, Porta y Duratech entre otras. Desde el 2013 es miembro externo del comité de evaluación de proyectos en la Agencia para el Desarrollo Económico de Córdoba. (FAUD, 2017)

¿que el proceso proyectual determina el tipo de concepto con su consecuente exposición?

—Sí, desde el punto de vista del diseño emprendedor, tomar al concepto de diseño como esa síntesis de la propuesta de valor que yo voy a generar. Cuando hablamos de propuesta de valor —siempre mirándolo desde el diseño emprendedor—, yo tengo una propuesta de valor que voy a generar para establecer un vínculo emocional con el cliente, con el target al que estoy apuntando.

Desde el diseño sistémico yo tengo factores que cumplir, que atender estructuralmente. En la propuesta sistémica, uno de sus principales factores es la dirección del sistema o el rumbo del sistema. Hacia dónde va este sistema. Ahí es donde yo también asocio esta situación de dirección del sistema o rumbo con concepto, con la idea rectora del sistema. Entonces lo mire desde el diseño emprender o lo mire desde el diseño sistémico, en ambos casos tengo lugares de esa estructura para plantar un concepto. Hacia dónde voy. En ambos casos —al menos desde mi punto de vista— es lo que estoy prometiendo. Si el otro ve el producto, consume el producto, lo adquiere y se satisface en cuanto a esa promesa; el producto puede que tenga éxito y que no haga falta ni siquiera publicidad para mantenerlo en el mercado.

—En la publicación mencionas varios enfoques de diseño para su desarrollo, más precisamente, el diseño emprendedor y el sistémico, ¿son lo que utilizás o los que bajo tu mirada son esenciales?

—Son los que utilizo, es mi perfil como diseñador, si bien he pasado por otros lugares. Cuando empecé la carrera, como estudiante, venía de un perfil netamente técnico por mi formación del colegio secundario. Después pasé por el diseño conceptual por asimilación en la Facultad de los contenidos que me daban en primero, segundo y tercer año, con profes referentes; con morfología que me sedujo mucho porque yo venía de una rama muy dura, técnica y ahí encontré una más artística o que veía como artística. Después me sedujo el diseño estratégico. Todo este combo ha hecho que —y al incorporar bibliografía y leer a otros autores— uno vaya acumulando conocimientos, vaya puliendo y a determinando más claramente su perfil. Hoy estoy en un momento así, no quiere decir que sea indeterminante o que sea excluyente otro tipo de visión. De hecho hay otro tipo de visión. A mí lo que me interesa en el mundo profesional es entender la posición del otro, en este caso es el cliente para el cual yo trabajo: el dueño

de una pyme, o de una empresa, o el responsable del proyecto de una organización. En el mundo profesional académico entiendo que es una postura y una posición más que las demás. Mientras más posiciones, visiones diferentes haya para la enseñanza del Diseño Industrial sobre, en este caso concepto de diseño, mientras más variedad de enfoques haya mucho mejor para el alumno. No es que sea una mejor que la otra sino que son complementarias y el alumno se enriquece con esas visiones; después es él, el que opte por seguir una u otra, seguir todas o no seguir ninguna. Aclaro, no es excluyente trazar un concepto de diseño para diseñar. No es que sea condición sine qua non para poder diseñar. Te va ayudar a orientar tu energía proyectual y tu trabajo. En relación al cliente de tu cliente.

—*¿Para vos es posible que haya diseño y concepto?*

—Sí, totalmente. Por ahí en enseñanza del diseño queremos enseñarle de todo al alumno y queremos que hagan absolutamente todo: sí o sí tengo que tener un concepto, sí o sí tengo que tener la idea rectora, sí o sí tiene que haber creatividad, innovación y, muchas veces, no hace falta eso. Dependiendo la instancia de aprendizaje donde está el alumno. Muchas veces los profesores confundimos esas instancias o por ahí no medimos lo que le damos a los alumnos y les damos de más y no hace falta dar tanto. Si no menos y bien para que lo aprenda. Y por ahí hay contenido como éste, que no hace falta dárselo al inicio de su formación sino en algún momento en particular; como para que el alumno lo conozca, lo maneje o para que lo domine realmente. Pero no es condición que todo producto tiene que estar desarrollado bajo un concepto. Es un modo de, nada más que eso.

—*¿Qué fue lo que moldeó este enfoque?, Cuáles fueron tus influencias?*

—Vengo de una familia muy emprendedora por necesidad de vida y necesidad extrema de tener un lugar para vivir. Vengo de en familia que hasta fundó un pueblo para tener un lugar en donde vivir y venían huyendo del hambre básicamente, típico italiano inmigrante. Y siempre tenían un objetivo o un rumbo determinado. Eso por un lado, de condición de vida y la otra es, que la facultad me dio, en mi época de formación, contenidos, los cuales a mí me marcaron y sentí que me nutrieron proyectualmente. Uno de esos, fue concepto de diseño o diseño del concepto para diseñar productos. En ese punto tuvo mucho que ver un profesor al cual aprecio muchísimo y hasta tuvimos una relación de amistad muy marcada, que fue Alberto Bonada, que me enseñó a pensar

básicamente. Más allá de aprender a diseñar de aprender a desarrollar productos que eso en realidad lo aprendí en la vida real profesional; Alberto me enseñó la posibilidad de pensar el qué, eso por un lado. Por el otro lado la vida profesional, el estar con posibilidades de desarrollar productos en el ámbito profesional. Por ejemplo tuve la suerte de desarrollar productos en empresas, productos masivos de góndola o productos exclusivos. O participar de concursos y quedar seleccionado y ganar. Pero he visto que es muy necesario muchas veces trazar un eje rector, no sé si un concepto, pero sí tener en claro cuál es la promesa y qué es lo que se quiere largar al mercado, porque de eso después depende todo el desarrollo del producto y el éxito de su producto en cuanto a rentabilidad. Porque a decir verdad nadie hace una botella, o mueble, o un auto por amor al objeto, todos lo hacen por una necesidad de rentabilidad. Nadie va instalar una fábrica, una envasadora e invertir dos millones de pesos —en una envasadora simple—, para que la gente tome agua. Hay una renta de por medio. Lamentablemente diseño industrial, y la industria deviene de un mundo consumista, y es ahí donde nos toca jugar. Podemos decir sí o no a eso y diseñar o no, es una decisión personal. Pero el ámbito profesional me marcó en ese sentido, al conocer... no tuve la posibilidad de trabajar en medios internacionales, pero si en medios locales y nacionales, y en ambos tuve la posibilidad de visualizar esa necesidad de trazar un rumbo proyectual. En función a eso se suma por ejemplo, otro profesor de esta carrera que fue Julio Robles, estaba en comercialización y yo me acuerdo que en el año 95 ó 96, nos daba ejemplos de casos y de necesidades que tenían distintas empresas y yo veía que ésto era como necesario.

Después, también sobre las influencias, me cautivaron mucho dos emprendedores natos: Hugo Kogan, muy buen negociante en el mundo del diseño y la empresa; el otro es un muy buen desarrollador de producto y es arquitecto, además que fue quien gestó esta carrera en la Facultad de Arquitectura Urbanismo y Diseño en la UNC, Osvaldo Pons que fue su primer director. Pons más allá de ser arquitecto y de generar arquitectura de grandes naves para industria, era un diseñador industrial encubierto por cómo generaba los productos estructurales. A sus productos estructurales él los fabricaba, él los diseñaba y él los construía, pero con un concepto de diseño industrial muy claro y con un concepto de modularidad y un concepto de diseño sistémico absolutamente claro. Bueno eso serían mi referentes Pons, Kogan, Bonada y Robles; en el ámbito local, me marcaron muchísimo. Y en el ámbito internacional, Daniel Simon me parece un

conceptualista fantástico, de fantasía. Me parece un hombre sobresaliente y sobre todo por cómo materializa ese concepto, porque una cosa es pensar una palabra como concepto y otra es pensar una imagen o una forma que transmita lo que quiero transmitir. Para mí ahí es dónde está la riqueza del diseño industrial. Ese es un gran diseñador.

—*En base a esto, sobre tu enfoque, ¿vos pensás que los conceptos se deben proponer o se debe diseñar también?*

—Ambas cosas.

—*¿Dependiendo de la situación?*

—Sí, sí.

—*¿Vos implementás las dos entonces?*

—Ambas, porque todo va a depender de la situación que hay en un contexto con las personas intervinientes —sujetos intervinientes en ese contexto— que pueden ser consumidores, compradores, fabricantes, productores, vendedores, usadores de ese producto y la situación que hay. El feedback que hay entre los productos y ellos, y las necesidades que se generan ahí. Entonces ese concepto puede tener una temporalidad con fecha de vencimiento o puede tener atemporalidad sin fecha de vencimiento. Por ejemplo el estilo de Raymond en diseño americano de los años 50. Me parece que pasó eso, que tiene una atemporalidad y hoy es referente. Más allá de que significa un montón de cosas: de la vida fácil y la vida americana, y el modelo americano, pero eso es aparte. Pero el estilo que tiene es clarísimo, marcadísimo y siempre se sigue haciendo referencia a. Tiene igual de peso que la Bauhaus y la Braun y toda esa pureza y todo lo demás. Si vamos a las cuestiones políticas detrás de todo eso venía algo muy pesado.

—*Hablando de la enseñanza, ¿encontrás dificultades en los estudiantes para asimilar estos enfoques conceptuales?*

—Sí, sí. Quizás porque esta cuestión de plantear un concepto requiere de un grado de abstracción que muchas veces, producto de que los estudiantes son jóvenes y que se están iniciando en este mundo, y la capacidad abstracción que hay que tener para poder trazar un concepto requiere una madurez proyectual marcada. Muchas veces hago esta

comparación: que diseñar un concepto, trazar un concepto estratégicamente para servirle al rumbo proyectual, es igual de pesado que querer innovar, trazar esa innovación y llevarla adelante. Entonces hago esta analogía: que es como hacer derivadas en las matemáticas. Y al alumno muchas veces no lo podemos meter a hacer derivadas derecho. Primero hay que iniciarlo en la suma y la resta y una vez que aprendió eso ahí sí lo mandamos a hacer la derivada. En el caso de los alumnos de diseño, muchas veces los metemos hacer concepto de diseño en segundo o tercer año y por ahí estamos forzando cosas en su formación proyectual. Y su formación proyectual no tiene las herramientas necesarias para poder hacer eso porque está aprendiendo recién a entender y comprender el oficio del diseño.

— *Para cerrar, ¿cuál es tu visión global sobre esta temática en la FAUD?*

— *¿La visión global con respecto a la enseñanza de este concepto?*

— *Sí y conceptual también, porque permite muchos enfoques, muchos puntos de vista.*

— Casualmente con los profes de la cátedra en Diseño II A y Diseño III B, nos interesa el abordaje de este contenido que es el concepto de diseño en el proceso de diseño. Desarrollamos unos trabajos en conjunto y está por salir una publicación que tiene la intención de plasmar las distintas visiones sobre este tema. Y cómo cada uno de estos docentes materializamos en la cátedra, o en los talleres de diseño esta cuestión del concepto como eje rector del desarrollo del proyecto. A mí me parece que lo rico de esto es que no haya una sola visión sino que haya muchas visiones justamente para que, además de los alumnos, todos los integrantes de la comunidad educativa del diseño tengamos la posibilidad de contemplar, visualizar, escuchar y aprender distintas visiones, y después ver cuál es la bajada a los talleres y cómo eso enriquece los procesos proyectuales del alumno, pero nada más que eso.

Anexo 4. Entrevista a Juan Virano¹²

Pablo Medeot: —*¿Qué materias estás enseñando en la universidad Siglo 21 y en la Universidad Nacional?*

Juan Virano: —En la Universidad Siglo 21 enseño Sistema de Representación y Diseño IV. Y en la Universidad Nacional estoy como JTP de Tecnología 1 y Tesis, ahí estoy como asesor. Y en Santa Fe, estoy como titular de Tecnología I y II; es Material de Proceso I y Material del Proceso II.

—*¿Siempre tuviste un proceso o método de diseño particular en tu carrera? ¿Siempre tuviste un referente?*

—Como método de diseño cada uno se va haciendo el suyo propio, es lo que siempre le digo los chicos. A vos te pueden enseñar el método de Munari y otros, pero eso te sirve como una base; después cada trabajo, cada cliente y cada cosa tiene su método particular. Se va aggiornando al tipo de trabajo que vos vas tomando. No hay un método fijo para todo, depende qué es lo que vas a tomar. Lo mismo, no siempre podés entrar por el lado de la tecnología, hay trabajos que son más por el lado de la ergonomía, otros trabajos son más de la morfología. Entonces vos tenés que ir viendo un poco cómo viene el tema para poder armar un stuff de cómo vas a encarar el diseño.

—*¿Tenés algún autor al que sigas? ¿Por qué rama de la índole del diseño?*

—A mí me gusta como diseñador, viejo cuando yo estudiaba, Nies Van der Rohe y Souza, me encantaban, pero después Jacobson... Hay un montón que me gustan las cosas que hacen. Nosotros en Siglo 21 trabajamos con Le Corbusier, lo conocimos todo. Y es un tipo impresionante te puede armar una charla en 10 minutos o sea si nada te arma, tiene un mundo terrible, pero más allá de eso yo creo que cada uno tiene sus cosas buenas y sus cosas malas. Lo que yo siempre trato de mostrarle a los chicos, sobre todo en tecnología I, cuando estaba en la Siglo 21, acá en la Nacional también y en Santa Fe, es que no hay magos y tampoco hay que alardear de los autores del resto de mundo, hay gente muy buena acá que nadie la conoce, ni se hace promoción de ellos

¹² Juan Virano es Diseñador Industrial y Profesor de las materias: Sistema de Representación y Diseño IV, en la Universidad Siglo 21. En la FAUD-UNC se desempeña como Profesor asistente de Tecnología 1 y Diseño Industrial IV (Trabajo Final).

porque siempre estamos mirando para afuera. Eso es algo que siempre discutí en la facultad: siempre miramos para afuera, nunca miramos para adentro. Tantos años que nos han venido con que la cultura del diseño latinoamericano y todos los autores que nos enseñaban eran europeos. Entonces nosotros lamentablemente estamos muy europeizados en la forma de diseñar que tenemos. Si vos vas por Latinoamérica son más latinos el resto que nosotros. Nosotros nos asemejamos más a los europeos.

—*Claro, teniendo un contexto totalmente diferente.*

—Y sí.

—*¿Qué es para vos el concepto de diseño?*

—Para mí el concepto de diseño es lo que te moviliza todo el diseño. Lo que pasa es que depende a qué rama del diseño vos te dediques: diseño de producto, propiamente el que va a producir algo nuevo, el que va a trabajar sobre un rediseño, el que va a trabajar sobre algo en particular; entonces difícilmente podamos hacer un producto de cero. Y lo hemos hecho pero es menos trabajo el que hemos realizado. Para nosotros el concepto pasa más, en lo que yo hago, es por la parte... Sí también le llamamos concepto, pero es la base de todo el diseño: sí le erramos al concepto le erramos a todo. El concepto tiene que ser muy sólido y tiene que ser el puntapié de partida para que no erremos a donde queremos apuntar. Es como jugar a la inversa. O sea, tenemos que saber a dónde queremos llegar para lograrlo. Por ahí el diseño de autor es distinto al que yo hago, entonces ellos trabajan más con el concepto a “vamos a ver a dónde llegamos y cómo llegamos, el total, la exploración...” Nosotros no tenemos mucho margen para eso en la rama a la que yo me dedico. Sabemos a qué tenemos que llegar...

—*Claro, es bastante sólido.*

—Y sí, no lo podemos adaptar.

—*Pero está.*

—Si el cliente quiere que haga ballenitas, la máquina tiene que hacer ballenitas y ahí tengo que ver cómo lo hago. Ahora, cuando vos vas a diseñar un proyecto es distinto; nosotros muchas veces lo que diseñamos son soluciones para hacer un proyecto. Diseñar productos ya es otra cosa, nosotros hacemos todo lo que hay por detrás para poder generar un producto.

—*Y en eso está y concepto, ¿no hay diseño sin concepto?*

—No, no hay diseño sin concepto.

—*¿En qué etapa consideras vos que se le puede enseñar a los chicos este tema tan abstracto?*

—¿Concepto?

—*Sí, claro. ¿Al principio, la mitad o hacia el final de la carrera?*

—Para mí, constantemente se tiene que estar dando y no es bueno que sea ni tan técnico o duro ni tan teórico. Los dos son peligrosos. Por ahí hay que mezclar los trabajos o hacerlos más completos; yo creo que en eso es en lo que erramos en la facultad. Siempre nos estamos manejando en la cultura "del después te lo arreglan, después te lo solucionan" y no hay después. De ahí es donde viene también un poco lo que es el diseño concurrente, yo estoy totalmente convencido de que es así, tiene que ser una cosa pareja, de la mano, los dos juntos.

—*Y con tus experiencias pedagógicas, ¿cómo pudiste enseñarlo?*

—Y, con trabajos realistas. Me encanta que diseñen y me encanta que me den la solución de cómo es. O sea, no me sirve el dibujito por el dibujito mismo, si no lo podés construir no existe. De que te sirve como puntapié para otra cosa seguro, pero tenés que saber vos resolver: con qué material lo vas a hacer porque el material te va a dar cierta plasticidad, cierta morfología, configuración. Tenés que ver con qué tecnología contás para poder producirlo o mano facturarlo. Hay muchas variables y entran todas en el mismo momento

—*Que son la prueba de fuego para saber si tu concepto es sólido. En ese sentido, si no tuviste en cuenta algunas variantes no es sólido.*

—No, no me vale nada de dibujar algo que después no puedas llevar a cabo.

—*¿Vos qué recomendaciones harías en materia pedagógica para que se le facilite al alumno la comprensión, la asimilación del concepto de concepto? Por ejemplo, ¿más trabajos prácticos concurrentes?*

—Yo creo que cada materia específica va aportando lo suyo, pero el que da diseño tiene que ser una persona hiper amplia. Y que también tiene que saber de cómo generar un negocio porque si no, voy a hacer cosas que son muy lindas pero no termino en nada. Entonces el que da diseño tiene que ser una persona con una manera de pensar muy amplia, tiene que saber de todo. Y el que enseña tecnología también. Porque vos no podés enseñar tecnología sin hacer referencia a la morfología, a la ergonomía y al diseño mismo. El que enseña ergonomía tampoco se puede abstraer a enseñar solo lo de él. Siempre se está hablando de una concurrencia.

—*¿Vos sos partidario de tener bastante laboratorio en el taller? ¿Aprender de la prueba y el error?*

—Sí, y es cómo ese ida y vuelta constante con el cliente. El docente tiene que ser como el cliente que te pone a prueba en un montón de cosas. Desde la idea hasta el costo. Entonces el docente tiene que ser como el cliente, pero a la vez también tiene que escuchar y aconsejar.

Anexo 5. Entrevista José María Aguirre¹³

José María Aguirre: —Como se llame. Dos materias de ciencias sociales en primer año. Historia II en segundo y en tercero no tenemos nada acá. En cuarto está Teoría del Diseño. Un proyecto acá era llevar Historia II a tercer año y la I a segundo. Pero no van a tener ninguna historia en primer año. Pero no importa porque ya recibís a un alumno mucho más maduro. Trabajar para mí con Historia del Diseño en la Siglo 21 fue en ese sentido mucho más sencillo, porque recibía a un alumno que ya había tenido todo un año de tránsito. Entonces el tipo ya sabía lo que es el diseño. Acá yo en marzo tengo que empezar a dar, como el resto de las materias, desde cero. Para la cuestión disciplinar el alumno puede que traiga cierta información de la calle o por relaciones de familia, o por interés personal, pero por lo general hay una idea bastante errada de lo que es el diseño.

Pablo Medeot: — *Sucede que todavía no tienen los fundamentos del diseño y ya les enseñan historia del diseño.*

— Claro y cómo haces para analizar la historia de un tipo que fue fundamental en el diseño si no manejas algunos elementos básicos qué tienen que ver con el lenguaje o cómo es tu caso, una cuestión conceptual. Y es más difícil.

— *Me gustaría que te presentes y nos cuentes ¿cuál es tu cargo acá en la FAUD?*

— Yo arranqué en el 96, en verdad en el 95 acá en la Nacional. En la docencia de diseño. En el 91 me había recibido de arquitecto. De chiquito siempre estaba inclinado por el tema de los autos y de los aviones, y a la hora de decidir una carrera estuve muy cerquita —mi papá era militar en la fuerza aérea, pero del escalafón general. Ahí en la fuerza aérea hay tres escalafones: tenés el general, qué es el tipo que está más en relación con la tropa; el técnico, qué es el ingeniero; y el piloto, que es el del aire—; yo quería ser ingeniero, quería diseñar aviones. Y como había cursado en un colegio militar, hijo de militar y en una época difícil también para ese perfil de profesión después de la dictadura, como que me cansé de la cuestión y dije no. Y no había Diseño Industrial en Córdoba y no me gustaba la idea de hacer Ingeniería, porque era

¹³ José María Aguirre. Arquitecto. Profesor adjunto de Diseño III A y profesor titular en Historia I de la FAUD, dependiente de la UNC:

bastante áspera Y a mí me gustaba más lo creativo. Así es que me metí en arquitectura. También quería ser músico, pero mi viejo me dijo: "Bueno si vas a estudiar música búscate un trabajo". Era muy rígido. Estudié arquitectura entre la 83 y el 91 en la Católica. Me recibí en noviembre del 91, ahora estoy a punto de cumplir los 25 años. En el 92 entré a trabajar en el estudio de Squeloto, el titular de la materia de trabajo final allá en la Católica. Squeloto me lleva al estudio y yo estuve trabajando con el 92, 93, 94...

— *¿Estudio de?*

— Arquitectura y diseño general.

— *Claro, en este momento estaba más difuminado todavía.*

— Exacto, era más difícil establecer el límite disciplinar entre diseño, arquitectura y diseño gráfico. Era como que el arquitecto hacía de todo. Mucho más acá en Córdoba porque en Buenos Aires, en la UBA, ya estaba la diferenciación de las carreras y en la Plata también. Empiezo a trabajar con Squeloto en el 92 y ya él en el 94, empiezo a dar clases acá en Diseño Industrial, en la materia Diseño Industrial III que era el taller de cuarto año. En el 95 entro como adscripto de Squeloto y en el 96 quedo segundo en un concurso detrás de Mario Ivetta que es el primer egresado de la carrera que es docente de la misma y se baja una de las profes, que era Marcela Gallardo, y entro en esa época como jefe de trabajos prácticos. Eso fue en agosto del 96, así que ahora estoy cumpliendo 20 años de docente. Esa fue mi primera materia. En el 98, dos años después, entro en Historia como profesor asistente y después, Marta del Trozo, que era la titular de esta materia —primero fue Aquiles Rey, una leyenda viva el viejo; lástima que ya se murió hace un par de años— se jubila en el 2005 y se hace concurso. En el 2006 quedo como titular, hace ya 10 años, se me están cumpliendo varias fechas: 25, 20 y 10. En el 2008 se jubila Squeloto y se concursa el cargo de él. Primero se concursó en el 2008 el cargo de adjunto de Diseño III y lo gana Fernando Rosellini. Yo concurso también pero lo gana él que es uno también de la primera promoción de egresados de acá. Squeloto se jubila si mal no recuerdo en el 2008. A mí me nombran como adjunto, Fernando queda como titular interino. Después gano el concurso de adjunto y quedo en el cargo 2009/10 y en el 2011 se desdobra la materia, para darle al alumno la posibilidad de tener turno mañana y turno tarde; entonces Fernando se hace cargo del turno tarde y yo quedo a cargo del turno mañana. Justamente la materia

troncal de cuarto año que si bien no tiene una incidencia excesivamente marcada la cuestión del concepto, porque no es lo único, la cuestión de la conceptualización es un punto clave en el aprendizaje que nosotros pretendemos. En paralelo, en el año 2004, Daniel Cappelletti estaba dando Historia del Diseño Industrial allá en la Siglo 21 y renuncia, entonces se abre el cargo como en una doble oportunidad. Allá en la Siglo en el 2004... Se jubila Daniel en el 2003 y arranca la carrera de Diseño Industrial en Río Cuarto. Entonces había que cubrir el cargo ese y se hace un concurso, nos presentamos Miriam Armando y yo. A Miriam le dan el cargo de Córdoba y a mí el de Río Cuarto. Como una especie de orden de mérito, yo salgo segundo. Y a mí frente a lo que podría haber sido un escollo, no digo que me hacen un favor, pero realmente para mí fue una experiencia riquísima porque el de Río Cuarto por un grupo muy lindo, como toda primera promoción. Como toda primera camada.

— *Sí, allá en la Siglo 21 siempre dicen que los chicos de Río Cuarto, con los profesores habían quedado todos muy satisfechos.*

— Fue un grupo muy interesante y de ahí no sé si le queda algún docente en particular —en una época estaba el Andrés Barale—; un lindo grupo de diez u once alumnos, después creció. Fue creciendo un poco la matrícula y ahí di historia tres años. Y se sumó que renuncia el profesor de Diseño Industrial III, me hago cargo de esa materia en el 2007 en Río Cuarto y en Córdoba. A esa altura también estaba dando Historia en las dos sedes porque Miriam había renunciado. Y la experiencia para mí en la Siglo 21 fue muy rica, fundamentalmente en Río Cuarto.

— *¿En qué sentido, por qué lo dirías?*

— Porque, primero y principal, la primera camada de todas las carreras de grado tienen esa rara virtud de juntar un grupo heterogéneo, muy heterogéneo de un mismo medio cultural; me pasó el año pasado con Villa Dolores donde arrancó una extensión áulica de esta carrera. Tenés de un grupo de veinte alumnos donde un 25% viene egresado del secundario, pero tenés otro 25% de gente que ya tiene familia, laburo; en una de esas ya ha hecho otra carrera. Después tenés otro 25% de gente que de casualidad terminó el secundario hace veinte años...

— *Muy experimental.*

—Entonces tienes un grupo que en esa heterogeneidad te garantiza la riqueza y entonces se hacen trabajos muy lindos. Y eso me pasó con la primera camada de Río Cuarto. La segunda y la tercera también. Lo único que después fue decreciendo un poco el número de la matrícula y al final se terminó cerrando la carrera allá, una lástima. En Córdoba tuve grupo de alumnos que era mucho más homogéneo, respondía mucho más al alumno salido de la secundaria y no enganché. Me costó. Me pasó en dos medios educativos, di muy poco tiempo clases en el secundario en un tercer año y salí huyendo. Me costó muchísimo, no me daban ganas, no me encontraba en el medio. Pero no porque el medio fuera negativo era porque eso no estaba en condiciones de...

—*No estabas alineado...*

— No, no solo alineado. Es muy difícil obtener resultados en un chico de quince años con la cabeza en otra cosa. Con los alumnos de la Siglo 21 me pasó algo parecido, era muy difícil. Si hay una cosa que me gusta del taller, del contacto del alumno es poder sacar lo mejor de su capacidad propositiva a la hora de ser creativos, del funcionamiento del taller. Una de las cosas que no podía era hacer funcionar el taller y eso me costó al punto de decir bueno...

—*Como que tienen todavía esa indiferencia el secundario. ¿Algo así?*

—Sí, un poco de eso y un poco la cantidad. Y otra cosa que no aporta tampoco a veces es el contexto. De eso, una vez hablé con Rabat en una reunión que tenía la costumbre de hacer a fin de año con todos los docentes; en una actitud muy hábil para de espíritu de grupo. Estaba él, estaba su rector académico, su rector de investigación, porque así se divide ahí. Y había dos personas de una carrera del área de la docencia, dos personas de un departamento, dos de gestión, dos co-docentes, dos personas de mantenimiento específicamente.. Entonces el tipo juntaba opiniones sobre el funcionamiento de la institución durante el último período de clases. Entonces le dije que había algo que atentaba contra la formación de comunidad en la Siglo 21, que eran por ejemplo espacios de reunión para docentes o para docentes con alumnos, que estaba en el bar y no sé si ese era el mejor reflejo de eso. Te hacían falta más espacios de intercambios a nivel académico en lo que era el edificio de antes. Y eso por ahí era algo que faltaba, era como que la Siglo funcionaba a veces de manera muy mecánica, en el sentido de que vos ibas, encima con la máxima comodidad, dejabas el auto con toda tranquilidad, recibías las llaves de tu aula sabiendo que tenías el cañón instalado, no tenías que

mover un dedo. Y eso, si bien contribuye al funcionamiento casi perfecto de relojito de la institución, te evita el intercambio. Porque cuando yo voy a pedir el cañón acá y me peleo con el no docente porque se lo prestó a otro profesor que llegó antes, a pesar de que yo lo había reservado; hay un intercambio ahí qué tiene que ver con un vínculo humano. También la presencia de Centro Estudiantes que viene se queja, teñido políticamente o no de su tendencia ideológica. Pero viene y se queja y quiere hablar a dentro del aula...

—Claro. Todo es más reactivo.

—Entonces hay como una mezcla de cosas que producen esas reacciones químicas, como decís vos, que contribuyen al funcionamiento de o a la cohesión de una institución. Y allá eso faltaba, probablemente se haya conseguido —ojalá— a partir de otros elementos. Me acuerdo que Martín me contaba que, justo cuando yo me fui, empezó a trabajar muy bien el taller de maquetería. Y cuando yo me fui, a partir de una intención casi personal, de Juan y Luis Virano, y de Andrés Pereyra, se trabajó de manera muy articulada, entre Diseñomática, Tecnología y Diseño. Entonces costaba mucho eso sí no había un esfuerzo personal de parte de los docentes. No porque el responsable de la carrera no lo promoviera sino porque no existían espacios para eso. Porque yo vivía en el Márquez y Juancito Virano vivía en alta Córdoba y después se fue a vivir a Villa Allende. Andrés Pereira vivía en Carlos Paz. Entonces era muy difícil, no tenías un espacio adentro de la institución. Hoy con las redes eso se facilita un poco más. Así que eso fue medio lo que me obligó a irme de la Siglo 21. Y hace un momento disfrazaré la decisión echándole la culpa de que era un grupo de alumnos poco comprometido: “No, los alumnos no quieren hacer nada. Yo en la Nacional pido A y me hace A, B y C; y acá pido A y me hacen menos tres”. En realidad creo que mucho de la responsabilidad, hoy que lo vea a distancia, la tengo que poner más en mí, pero mucho también en algunos elementos que faltaban a nivel institucional para generar esa cohesión. Me parece que pasaba por ahí. De todos modos la experiencia de Río Cuarto fue riquísima, espectacular. Tengo el mejor de los recuerdos de todo el grupo de alumnos. Y si uno toma proporcionalmente las camadas —la cohorte en la Siglo 21 y la cohorte en la Nacional—; soy es ese sentido muy localista y paternalista sobre todo con los porteños, con los de cuyo, con los de la plata... No es que me llene la boca, pero siempre trato de poner en relevancia el triunfo de mis alumnas y alumnos, tanto sea acá como en la Siglo 21. Entonces el haber tenido a Cristian Mohammed, a Pablo Gaido que

es un tipo que tiene un salón de Ginebra en el 2006, Pancho Gómez Paz que no fue de mis alumnos, pero que fue de estos claustros. Si vos tomas las cohortes de la Siglo son mucho más chicas pero con mucho más relevancia en el éxito que han tenido sus egresados en el medio, de lo que por ahí podemos exhibir en la nacional que también son muchos. Tenemos mucha gente. Hoy justamente Martín Fontana me contaba que de la cátedra nuestra de Diseño III A tuvimos tres finalistas de Innovar el año pasado y, ahora tenemos dos en el premio Eureka. El anteaño pasado tenemos un ganador del Innovar en la categoría Trabajo en el Ámbito Académico. Tenés mucha y muy buena producción. Pero si vos tomas las cohortes de la Nacional, tenemos sumando turno mañana y tarde, 220 alumnos y tenemos por ahí un 10% de gente premiada. En la Siglo 21 por ahí tenés 5 pero de una cohorte de 20 ó 25 alumnos. En proporciones es como el doble. Y eso también tiene que ver con una política del manejo de la institución mucho más integrada al medio en la Siglo 21 que acá. Y no sólo por el perfil empresarial de la universidad, porque eso puede beneficiar mucho más a un área como la de marketing o la de leyes, o la de contabilidad; porque de las empresas que participan del holding que apoya a la Siglo, ninguna tiene un requerimiento de diseño tan específico como si pueden tener del área de marketing, o de legales, o de contabilidad. Entonces así y todo, hay como un anclaje hacia el medio que allá tienen mucho más claro. Y el hecho de manejar cohortes más chicas.

—*Se hace más personalizado...*

—Y después en cuanto al trabajo profesional, tengo un gran defecto que es... me pasó en el intento ejercer la arquitectura en un principio y luego a partir de ejercer el diseño, soy muy malo en esa variable tan fundamental de la disciplina que es gestionar el propio vínculo con el medio. En el mejor sentido de la expresión: saber venderse. Saber ubicarse, encontrar un nicho en donde tu ejercicio profesional sea reconocido. Y no digo solo económicamente —obviamente que hay que vivir y ganar de dignamente—, pero no sirvo para eso. Lamentablemente no sirvo para venderme y sé que no soy malo diseñando, pero nunca pude ubicarme. Trabajé, para darte un ejemplo, casi un año completo con un proveedor de Matricería Austral que hace modelos en polietileno para fundición de matrices. Y eso me conectó porque trabajaba tan bien en el taller —primero empecé como peón, tenía ya el título de arquitecto—, que me ascendieron y me mandaron como reparador de los modelos que eran usados en Matricería Austral. Y entonces me metí en ese contexto, pero no supe aprovechar esa oportunidad. No me

faltaron oportunidades de emprender pequeños proyectos propios o en sociedad con algunos otros profesionales, pero no lo supe hacer. Siempre fui mucho más conservador y en cuanto conseguí un sueldo fijo con una mutual que me permitió llevar adelante el trabajo acá en la docencia. Y mirar la docencia como una profesión o sea profesionalizar el perfil de docente, lo hice. De hecho, ahora tengo el título de magíster y si puedo obtener el título de doctorado a partir de la docencia, lo voy a hacer. Tengo la dedicación full, es como que he llegado al techo de los cargos.

—*¿Te encontraste más en la educación?*

—Sí, aunque me hubiera gustado mucho poder diseñar. Que sé que no soy malo. He tenido algunas pocas experiencias al hacer diseño de muebles, diseño de vehículos, mucho diseño gráfico; pero diseño de productos mucho menos. También trabajé con la Cámara de la Madera en un proyecto de diseño de muebles para baños y cocinas. Ese mismo grupo después se transformó en GEKO. Fue grupo de diseño y producción de muebles muy buenos de Córdoba que surgió a finales de los 90 y estuvo bastante bien ubicado en el contexto cordobés, pero ahora hace rato que no escuchó hablar de esa gente. Y cuando me decidí a profesionalizar mi actividad docente, me concentré en eso. Ahora estoy de profesor titular en Historia de primer año con un cargo full, que quiere decir que tengo mi dedicación completa a la docencia y, como carga anexa me dejaron el cargo de adjunto que gané por concurso, con el que tengo a cargo la materia troncal de diseño en cuarto año.

—*¿Sería profesor adjunto de Diseño III?*

—De Diseño III A que es la materia en el turno de la mañana.

—*Claro, adjunto a Rosellini...*

—Exactamente, pero ahora ya no. Ahora estamos desprendidos. Él tiene su propuesta y yo tengo la mía. Y con las reservas del caso porque una cosa que extraño muchísimo es el contacto con el alumno y eso me tiene mal. Es lo único que me tiene mal.

—*¿Últimamente no tenés contacto con los alumnos?*

—Muy poco. Este año por ejemplo, que uno de los profesores de taller, Gerardo Castro, que es paracaidista, se rompió la rodilla, estuve dos meses a cargo del taller y fue la gloria para mí.

—Claro, te gusta ese feedback con los chicos...

—Y aparte yo hablo mucho con los alumnos, cuando tengo oportunidad para desmitificar la figura acá, en este contexto. Porque la Siglo 21 no pasa. Allá sos titular, adjunto, ayudante alumno, adscripto, sos todo. Tenés una figura frente a la materia que es la que representa el rol docente. En cambio acá vos tenés el profesor titular, al adjunto, al asistente, al adscripto egresado; tenés cinco figuras que son la interfaz entre el conocimiento de la materia o la práctica y tu actividad como alumno. Y es una estructura tan verticalista que se sobredimensiona y se pondera excesivamente la imagen del profesor titular o a cargo. De hecho a mí los alumnos en cuarto no me dicen profesor adjunto, me ponen titular y yo les digo no. Aunque desde el punto de vista funcional sea lo mismo. Pero a mí me gusta mucho insistir en que la figura más importante es la de profesor asistente, la del encargado del taller porque la verdadera cocina del conocimiento es el taller de diseño y mucho más en nuestra carrera. Por ahí vos tenés no sé, en abogacía o ciencias económicas, una clase magistral sobre la ley de medios por decir algo. Y esa clase magistral a vos te abre la cabeza. Lo que puedas hacer en relación con un profe asistente, quizás tenga igual o no tanta repercusión. Acá en cambio tenés a lo sumo una hora por semana de intercambio con el profesor encargado de la materia, pero después, al menos acá en la Nacional, tenemos diez horas de las materias de taller, en donde se ve realmente cómo se cocina la propuesta, cuál es la metodología de diseño que se lleva adelante, la repercusión que tiene determinada herramienta, etcétera. Como suelo decirle a los chicos, el aprendizaje y la enseñanza en cualquier medio académico, a mi manera de ver, tiene una estructura tripodica -cómo el trípode-, tiene tres patas. Una es la clase expositiva, la visión del profesor responsable de la materia. El que te brinda hasta el perfil ideológico con el que está planteado la propuesta pedagógica con la que se lleva adelante determinada estructura, para que vos aprendas ese contenido o esa práctica.

—Una suerte de mapa.

—Sí, pero es una visión. Es la visión unipersonal de un profesor que a lo sumo, está asociado a un adjunto y esa visión se enriquece un poquito. Una segunda pata que es la teoría que podés encontrar en distintas fuentes de información, que hoy se amplían casi al infinito porque tenés, no solo los libros que como soporte te pueda dar el profesor encargado de la materia y que tienes en la biblioteca o en alguna librería; sino que tenés

toda la información de la nube, en la web: eso es realmente infinito. Pero es muy difícil de medir y lo más importante es tener mucho cuidado de que esa información que uno consulta tenga una responsabilidad editorial y de autoría. Es decir no andar consultando cualquier cosa.

—Está tan democratizada la información...

—Pero después está la tercera pata que es la del trabajo en el taller y que es la más importante. Independientemente de eso, al ser un sistema que se soporta en tres patas, la ausencia de cualquiera de las tres hace que el sistema colapse. Distinto sería si tuviese más patas. Me viene bárbaro porque son tres si fueran cuatro, en una de esas te falta una, pero todavía se mantiene. Pero la pata más importante es la del taller porque no sólo tenés la visión unipersonal del autor del material que estás utilizando; en el taller si vos tenés cuarenta alumnos con un profe, tenés cuarenta y un maneras distintas de ver lo que estás haciendo. Y ese aporte se potencia y evidencia después en el trabajo, en resultado que vos tengas. Y eso es irremplazable. Por eso es que extraño tanto el taller. Porque es muy aburrido pararse frente a un auditorio cómo me toca hacer y contarles a setecientos alumnos el "cuentito". Porque encima la generación de hoy no tiene la reactividad, son casi una masa uniforme que no plantea dudas aunque las tenga. Esta generación es muy poco reaccionaria

—Es una cuestión social.

—Yo no soy de los que creen que hay que romper todo. Hay un orden y todos necesitamos convivir en determinado espacio y con un mínimo de oferta de infraestructura, pero sí, mínimamente tiene que haber una reacción frente a lo que el profesor dice. Porque si el profesor se planta frente de la clase y dice: “Hitler tenía razón, había que matar a seis millones de judíos” —cosa que yo no diría nunca obviamente—; pero si yo fuera tan salame de pararme y decir semejante barbaridad frente a una clase y nadie reacciona...

—Eso sería preocupante. No tanto la gansada sino que sería preocupante la falta de reacción. Ese es el punto, digo.

—El taller te da otra posibilidad, es esa cosa cotidiana. Esas diez horas por semana te van permitiendo mellar esa cáscara que va generando el sistema, pero también más que el sistema —para no ponerle este rótulo tan ideológicamente teñido de pseudo

progresismo— soy yo como ciudadano de algún modo que me voy preparando esa carcasa para no sufrir los embates del propio contexto. Hay como una especie de miedo general a participar, o reaccionar frente a determinadas cosas para que no me sucedan otras... El taller te permite ir rascando esa cáscara y obteniendo una visión un poquito más clara.

—*Es como trabajar el diamante en bruto.*

—Y la relación es mucho más rica.

—*Claro, porque también te vas tallando vos. Te vas enriqueciendo.*

—Bueno esa es otra cosa que permanentemente le digo al alumno para que tome conciencia. Hay una relación muy desigual en el ámbito académico porque hay gente que dice: "ay yo quiero cursar con este o con el otro" y no se da cuenta que el verdadero privilegio lo tiene el docente. Porque, insisto sobre lo mismo de lo que hablábamos antes, vos te parás frente a un auditorio de setecientos alumnos y ellos tienen solo una visión del contexto, una visión de la realidad histórica, una visión de la disciplina del diseño. En cambio cuando vos estás en un taller con cuarenta alumnos; estás ante cuarenta visiones distintas de la cuestión disciplinar, de cómo encararla. Así estés en primer año.

—*Pasa en este ambiente creativo.*

—Pasa mucho en este ambiente, afortunadamente.

—*Pero hay una situación muy marcada en lo que es la jerarquía acá.*

—Sí, Lamentablemente. Y vuelvo a repetir lo mismo, hay como una sobredimensión del profesor que eso afortunadamente en la Siglo 21 no pasa. Por supuesto que como egresado de la Católica he tenido que escuchar de mis compañeros de la Nacional: " vos compraste el título". Es como que si vas a una privadam compras el título, siempre existe lo mismo; bueno con la Siglo 21 también pasaba.

—*Y sí, eso siempre va a existir está en uno darle cabida o no.*

—En realidad la riqueza está en la relación. Afortunadamente la Siglo 21 pasa más por estar esa sola figura de docente en un plano mucho más horizontal con respecto al alumno, que no tiene que ver con que pague una cuota, sino que tiene que ver con una

postura institucional. Acá los cuatrocientos años que tenemos sobre el lomo de la institución, me da una chapa bárbara pero, ¿de qué te sirve si el alumno te va a ver a doscientos kilómetros de distancia?

—Claro, de qué te sirve si te aleja de todo ese feedback.

—Y otra cosa peligrosa que tiene que ver con eso alejamiento, es la necesaria retroalimentación. Hay mucha gente a la que se le está escapando esa comunicación; a mí también, lo que pasa es que al menos trato de advertir esa situación. Los otros días veía una nota que le hizo a Nelson Castro a Pergolini: muy buen reportaje más que por las preguntas del entrevistador, por las respuestas de Pergolini -lo que habla también bien de Castro-; a propósito de esto veía reportaje que le hacían a Borges donde decía que el docente que menos pregunta es el mejor docente y en ese sentido mejor periodista también tendría que ser el que menos pregunta. Bueno, Pergolini decía que de nada sirve generar buenos productos televisivos sí lo estoy apuntando a una audiencia que está en un rango etario entre los 20 y los 30, porque ese grupo no ve televisión. La gente que está en ese rango consume las noticias a través de Twitter o de canales de YouTube. Y aún peor la población que tiene menos de 20 años que ni siquiera tiene un medio definido, encima que ahora pululan.

—Sí claro, se está dando una explosión de redes sociales

—Y dentro de poco va a parecer una nueva y Snapchat... Por supuesto Facebook ya fue historia. Ha quedado para un rango etario en donde los que interactuamos somos "los viejos". Los estudiantes —que son la nueva generación— participan de grupos cerrados surgidos desde la academia, por una necesidad de vincularse académicamente y nada más. Lo veo con mis hijos

—Sí es muy generacional, pasa siempre con las nuevas tecnologías.

—Ese es un problema serio que tiene que ver con retroalimentar mi posición docente. Mucho más en un medio como el cordobés y en una carrera como diseño. Eso en la Siglo 21 también pasaba al menos en las últimas camadas que yo tuve. En la Siglo pasa más a nivel internacional porque, al menos en esa época, venían a estudiar chicos de México y Colombia. Pero vos tenés un grupo de alumnos que son capitales culturales de donde vos podés aprender. Si no estás en condiciones como docentes de recibir ese feedback, hace veinte años atrás el ejercicio de la docencia te podría haber dado un

colchón de cinco o seis años, hoy no tenés ni seis meses. Si no recibís el cachetazo que el contexto te está dando —en el mejor sentido de la palabra cachetazo: despertarte—, de qué es lo que está pasando... Yo me resisto a abrir una cuenta de Twitter, pero por ahí veo que es la única alternativa de estar permanentemente en contacto con mis alumnos. Ese tema de adaptarse a los medios de comunicación y la velocidad con la que se va intercambiando la información, va a ser clave con el tema del futuro de la profesión docente. Y que no está muy alejado de lo que va a pasar con la profesión de diseño. Vamos enganchando con cualquier cosa al final...

—No, para mí está genial porque vimos mucho de pedagogía que es uno de los dos aspectos de mi tesis: el tema no es sólo concepto, si no enseñanza del concepto. Y todo lo que hablaste de pedagogía a mí me resulta muy útil.

—A Palermo fui con tres potencias: una por historia, una por diseño y una como representante de UNC en la Asociación Latinoamericana de Diseño. El Congreso de Palermo tiene como distintas calles. Una es el congreso donde nos juntamos docentes de todas las latitudes latinoamericanas para intercambiar opiniones sobre el tema de la enseñanza. Hay otra calle donde se expone sobre la cuestión de la investigación. Y otra más de exposición de productos que se hacen relativos o, más vinculados a un tipo de perfil. Más ligado a lo que se puede mostrar en Buenos Aires Design. Y hay otra que tiene que ver con el funcionamiento de las asociaciones de la carrera de diseño en donde se discuten temas que tienen que ver con el futuro de la disciplina: Diseño Industrial, Diseño Gráfico, Diseño de Indumentaria, etc. Ahí fui con una tercera ponencia. Y mi posición tenía que ver con las nuevas tecnologías y eso me parece interesante comentártelo porque para mí tiene que ver con el futuro inmediato de la disciplina. Y lamentablemente hay muy poca gente que se está dando cuenta.

—Esa es la ola que se viene. La ola que ya está.

—En el 2009 Chris Bangle, jefe de diseño de la BMW, dijo algo que a mí me reventó la cabeza y que lo presenté en el ingreso al 2010 cuando estaba como coordinador. ¿Qué dijo Chris Bangle? En el futuro de la disciplina ya no van a tener importancia la cuestión de marca, o nicho de mercado, o marcas asociadas, o capital oficial de usuario, etc.; el tema va hacer las impresiones en 3D a partir de las máquinas que cada uno va a tener en su casa. El futuro de la disciplina tiene que ver con cómo el diseño se adapte

en el mediano y corto plazo, a la presencia de una impresora 3D en todas las casas y a que la gente baje de la nube un software que me permita el desarrollo de un producto

—*A tiempo real.*

—Ya después se verá de qué manera el diseñador recibirá su paga o si prefiere compartir de forma altruista, para que todo el mundo pueda disfrutar de ese producto sin intermediarios. Obviamente va a pasar un mayor periodo para que eso ocurra con objetos complejos, como por ejemplo un automóvil, una heladera; pero no tanto porque ya hay posibilidades e imprimir en 3D automóviles; si bien, en porción muy chica y con componente que tenés que buscar en el mercado. Pero no va a pasar mucho tiempo para que la legislación se tenga que adaptar rápidamente a que haya muchos automóviles que no tengan patente o que la puedan tener porque, justamente, la ley ampare que no tengan marca, no tengan modelo, no tengan nada más que un registro de algún diseñador que en un momento subió a la nube determinada propiedad intelectual. Entonces la disciplina se tiene que replantear de qué manera va a sobrevivir como tal. Porque no es que va a faltar diseño, pero tiene que haber nuevos mecanismos para que el diseñador sobreviva en ese contexto. Reciba una remuneración por lo que hace, se incorpore a un mercado laboral en el que el intermediario deje de ser el tradicional y comience a ser otro; al Igual que los canales de producción y comercialización. La posibilidad de llegar a un usuario de manera casi personal. Ese es el gran desafío futuro, pero el problema es cómo nos adaptamos hoy a la enseñanza en ese sentido. Cuando casi 100% de los trabajos hoy de cuarto año en los talleres, todavía dependen de la manera tradicional de producción. Independientemente de que son temas muy anclados en función de requerimientos sociales muy concretos. Tenemos gente que trabaja con pequeños y medianos productores de miel, del área ganadera, tenemos gente que está trabajando con pequeños emprendedores para la extracción y comercialización de la leche de cabra... son todos trabajos de diseño muy anclados a requerimientos sociales y culturales muy concretos.

Entonces a mí me preocupa eso, el cómo nos ubicamos frente al desafío de la docencia sabiendo que el alumno que entra primer año, al que le estamos enseñando historia hoy, y que se va a recibir dentro de seis o siete años —Al de cuarto por ahí se recibe dentro un par de años y todavía sigue sobreviviendo su disciplina en el marco de un contexto

tradicional en cuanto a cómo producir, distribuir, comercializar y usar productos de diseño— va a encontrarse con un mundo totalmente transformado.

—Claro, están enseñando estrategias desactualizadas. O no desactualizadas si no sabiendo que ya no va a ir más eso y no sabiendo que se va a venir.

—Los chicos de la mañana de primer año hicieron calzados, unos trabajos increíbles. Pero de los ciento cincuenta proyectos aproximadamente, vi uno solo impreso en 3D. Después, el resto, en algunos componentes, por ahí la suela. Pero en verdad fue uno solo el que utilizó la nueva tecnología y eso como docente te tiene que poner en alerta.

—Quizás ahí está el tema que planteaba de la preponderancia de la jerarquía; del profesor con su visión universal y que los alumnos solo acatan eso.

—Es muy probable que haya un feedback de esas características porque yo como docente, les estoy dando un mensaje muy unidireccional.

—Haciendo una recapitulación de toda esta experiencia que tuviste más que todo con tus alumnos, ¿cómo definirías vos qué es el concepto en el diseño industrial?

—Concepto como tal sigue siendo uno de los temas más difíciles de definir y de tratar en el ámbito académico. No es un tema que preocupa en el ámbito laboral, ni profesional. A nadie le importa si hay un concepto detrás del producto si el producto funciona y no me parece mal. Me parece que es una visión mucho más sana, del mismo modo que hay un montón de cosas que no se tienen en cuenta en el ámbito profesional o laboral si el producto es bueno. Me parece mucho más sana como visión externa del diseño, el diseñador sí tiene que saber; el problema es que no lo sabe muchas veces. O por alguna gimnasia va desarrollando cierto tipo de proceso cosas de cortar caminos, pero en el ámbito académico que es el verdadero terreno en donde debería tratarse eso y muchas otras cosas, es un tema muy difícil. El consenso todavía no ha sido posible. Hay muchos temas en donde el consenso es casi imposible y concepto es uno de ellos.

—¿Puede deberse a su naturaleza subjetiva?

—Seguramente más que nada por eso, pero me parece que lo que más daño le ha hecho al concepto detrás del concepto es justamente circunscribirlo, limitarlo a un hecho, a un objetivo que yo persigo en el proceso de diseño, ahí está el problema. Ojo, es mi

posición frente a la cuestión y la estoy descubriendo recién ahora después de veinte años de ejercicio de la docencia en el taller. No es que ahora esté haciendo algo distinto, estoy haciendo exactamente lo mismo que hace veinte años, pero ahora lo entiendo.

—¿*Maduró todo?*

—Que es una de las claves en el ejercicio profesional, pero también en la docencia. Mucho más todavía en la docencia. Es fundamental tener en claro que es lo que vos hacés o cómo pensás que se debe hacer para poder comunicárselo al otro. Y ese ha sido el problema, todavía en el 100% de la planta docente, al menos en esta carrera, no hay una conciencia real de qué es realmente el concepto detrás de un producto. Al no haber conciencia no se le sabe transmitir al alumno sino una falsa idea —creo yo— que tiene que ver con esto, con un objetivo: el producto debe tener un concepto detrás. Entonces se confunde y se malinterpreta el hecho de que tenga detrás del producto una especie de metáfora o de posibilidad de vincular a esto con una cosa distinta, que está en lugar de o como significante. Esto se podría entender mejor si uno lo compara con lo que es la teoría semiótica. En la teoría semiótica tanto Charles Peirce, como Ferdinand de Saussure o Roland Barthes, o como Hjelmslev; el primero norteamericano, los dos del medio franceses y el último alemán, si mal no recuerdo. Todos hablan de que la teoría semiológica explica que detrás de una materia del signo hay un concepto del signo. Y generalmente lo circunscriben, salvo Peirce, a la palabra. Entonces vos decís: detrás del hecho botella hay concepto botella, hay una abstracción que la cultura hace y lo que este objeto o producto significa. Entonces toda esa carga conceptual que existe para mí detrás del hecho botella es lo que encuentra vinculación con una cuestión material que es la que soporta. Con los productos pasa lo mismo, no sólo con la palabra. Porque eso que yo defino a través de lo que es la botella como producto también lo puedo decir de la botella como palabra, como signo lingüístico. Con los productos pasa lo mismo. entonces eso inmaterial, abstracto que está detrás del producto lo pongo como un objetivo del proceso de diseño al que tengo que llegar y que tengo que conseguir; de modo que al final del proceso se pueda decir: "detrás de mí producto hay una carga conceptual importante". Si yo lo pongo como objetivo creo que ahí está el error que estamos planteando y plantando nosotros en los talleres a la hora de querer comunicar o enseñar diseño. Mi manera de ver al concepto hoy, de manera mucho más clara en función de lo que he venido haciendo, es que en realidad tendríamos estar hablando siempre, no de concepto sino de conceptualización; no de

objetivo sino de proceso. No de resultados sino de mecánicas para conseguir eso. No a dónde quiero llegar, eso no importa, sino cuál es el proceso a través del cual yo voy a recorrer un determinado camino conceptual, un determinado espacio de abstracción para poder encontrar la esencia de ese producto que estoy intentando desarrollar. Es muy distinta la posición, porque entonces no me importa el resultado. El profesor Alberto Bonada era obsesivo del trabajo sobre concepto. Sobre todo en tercer año trabajaba mucho eso. Y él tenía una frase que era muy graciosa —me contaban los alumnos— como muy despreciativa y peyorativa del típico trabajo de concepto: "cuchillito que no corta". Como diciendo el concepto es casi como un objetivo al cual yo tengo que llegar y tiene que ser una especie de cosas irrealizable, abstracta casi como una contradicción. Casi como una cosa que me deje pensando... cuchillito que no corta. Qué bárbaro... qué mensaje habrá detrás de eso... Y eso es una falsa visión que le ha hecho mucho daño el diseño. Porque en realidad el concepto detrás de un cuchillo debería ser cortar no, no cortar. Y esto tiene que ver con el arrastre que tuvo toda una época del diseño que fue la de la posmodernidad en donde todo se cuestionaba, fundamentalmente la modernidad.

—*Entonces deconstruía.*

—Exactamente. Entonces yo he tenido una posición muy definida con la Bauhaus, con la segunda posguerra en donde el diseño era exacto. Yo coincidí más con esa visión del diseño, pero me parece que también es un extremo. En donde todo era tan exacto, la natural contrareacción era justamente lo inexacto. Entonces toda esa reacción que la posmodernidad le trajo al diseño fue justamente deconstruir esa idea de una claridad mayor en cuanto a lo que era producto y lo que estaba detrás de él. Con la posmodernidad esas cosas se desdibujan, los límites se desdibujan. Y entonces empiezan a aparecer floreros con forma de penes como los de Memphis, que de florero no tiene nada, solamente el hecho de ser un contenedor. Es mucho más importante el mensaje.

—*Ahí donde el concepto es lo objetivo.*

—Es el objetivo y no el producto. No hay una función práctica como objetivo. Y seguramente en términos históricos, ese objetivo en el concepto y no en el producto, estuvo bien porque había que reaccionar frente a una cosa como el péndulo histórico; entonces frente a una cosa tan precisa había que moverse hacia el otro extremo. Entonces aparecen floreros con forma de pene y destapadores con forma de bailarinas.

—*Cuestionarlo todo.*

—Y Philippe Starck haciendo un exprimidor que no se podía usar como exprimidor. El famoso juicy salif. Si vos tenés un exprimidor que no sirve para exprimir, será muy interesante como disparador de la polémica, pero no es un producto de diseño. En todo caso es una obra de arte. Y en el arte si funciona porque ahí el concepto siempre tiene que estar delante de la materia. Vos no podés mirar un cuadro pensando en los óleos que se utilizaron, o si las dimensiones son tales...

—*Claro porque es un cuadro que sería funcional si fuera una ventana (risas).*

—Es más, hay un choque muy interesante cuando uno se entera de la real dimensión de los cuadros que uno conoce por internet o por los libros. Entonces vos conoces un cuadro de Van Gogh y te lo imaginas de tres metros por uno y en realidad tiene veinte centímetros por quince. Y eso también tiene un golpe porque en realidad la cuestión material tiene muy poco sentido, lo verdaderamente importante es el mensaje. En diseño no debería ser así. Lo que no quiere decir que sea necesario que carezca de concepto, todo lo contrario. Pero entonces no puedo cerrar el ojo o llevar el peso hacia lo más importante en diseño que es el proceso de conceptualización, el ejercicio de la conceptualización. La herramienta de conceptualizar a partir de determinados inputs y determinados outputs, que eso es lo interesante en el proceso de diseño. Yo creo que no voy a terminar nunca —nadie puede terminar nunca— de desenmarañar todos los increíbles intersticios que tiene el proceso de diseño como práctica y como teoría por detrás. Pero me encantaría hacer un doctorado, me encantaría seguir con el tema de proceso de diseño que en algún momento lo hice en la tesis de la maestría. Pero lo fabuloso del proceso de diseño es que es realmente una maquinita, un sistema. Uno lo puede comparar prácticamente de manera abstracta, con la virtud de que ni siquiera es una maquinita que tiene un input con un output concreto; como un sistemita con una transformación de información o lo que sea en el medio. Es un círculo ad eternum, no cierra nunca.

—*Una interactividad circular.*

—Pero yo puedo cortar es el circuito. Puedo cortar partes de ese proceso recursivo, encontrarme con fracciones de proceso donde hay un input y un output. La conceptualización también es eso: un pequeño micro proceso en donde yo tengo un

input que es el resultado de las fases anteriores. Y un output que es el input de la fase que necesariamente yo tengo que continuar. En mi maestría en algún momento presenté como esquema de proceso de diseño recursivo, un proceso de ocho pasos en dónde la conceptualización era uno de los pasos. ¿Por qué nunca la llamé conceptualización? Porque con fines mnemotécnicos, de memorizar los pasos, yo los nombraba con pro, palabras que iniciaran con pro -con el prefijo- a todos los pasos. Entonces hablaba de problema, programa, proyecto, prototipo, prótesis, producto, etc.

—¿Y cuál de esas palabras era la que designaba la etapa de conceptualización?

—La etapa de conceptualización era programar, o proyectar, o pronosticar, porque también tengo una fase E, que se me escapó ahora, que es prognosis. A partir de trabajar con Fernando la reduje a seis porque tenemos un trabajo anual con seis etapas. Esas seis etapas según Fernando son: investigación, ideación, conceptualización, resolución de carácter extensivo y extensivo, y comunicación. Esas seis fases responden a una idea de proceso de diseño. Yo tenía un esquema distinto al de Fernando que era investigar, programar o conceptualizar, proyectar, resolver y comunicar. Ahora para el año que viene Secretaría Académica nos está exigiendo bajar la cantidad de entrega de seis a cuatro justo cuando nosotros ya estábamos planeando reducir las fases a cuatro. Con la idea de hacer proceso continuo durante todo el año de un solo trabajo práctico. Eso no te había contado. A partir de ahora la propuesta de Fernando Rosellini es que trabajemos un solo proceso durante el año, que es una manera de anticiparnos a lo que va a pasar en el trabajo final. Entonces recorreremos todas las fases del proceso de diseño desde el punto de vista práctico y teórico para que el alumno refuerce lo que puede haber aprendido los tres años anteriores e incorpore los saberes necesarios para abordar el trabajo final. Una de las cosas con la que nos diferenciamos de la tarde es que ahí Fernando les da un tema fijo que tiene que ver con movilidad, ahora están trabajando con bebés cuyos padres o personas responsables padezcan algún tipo de discapacidad. Nosotros a la mañana tenemos una posición distinta, largamos al alumno al contexto, que elija su tema.

—Rosellini está planteando un brief específico y vos propones que ellos elijan el problema.

—Exactamente. Y es un ejercicio interesante, les cuesta mucho. Obviamente no es la misma la velocidad con que los alumnos de la tarde resuelven la primera fase del

proceso de diseño -investigar, programar, idear, conceptualizar- que los nuestros que en esa sola fase de encontrar e investigar el problema demoran mucho. A partir del requerimiento de Secretaría Académica de llevar a cuatro las entregas, yo ya estaba pensando de casualidad un proceso de cuatro fases. ¿Con qué fases me quedo? Investigar, conceptualizar, resolver y comunicar. Entonces esas cuatro fases serían como las básicas de un proceso de diseño en donde primero se identifica un problema o una oportunidad, la designación depende del perfil de diseñador que tengas (...) yo suelo comparar este momento con el del diagnóstico médico. El médico lee síntomas en el cuerpo. Creo que el diseñador tiene que estar preparado para leer síntomas en la cultura y eso me tiene que dar una puerta de entrada para investigar. En el amplio sentido de la palabra investigación o sea recoger información, procesarla y transformarla en indicadores claros que me puedan permitir una lectura del contexto. Una vez que termino y tengo todos esos outputs, recién ahí puedo empezar la etapa de conceptualización, generar una idea que me permita descubrir cómo esa idea puede transformarse en un producto concreto que responda al problema original.

—Claro, pero que siempre responda al problema y que no se desfigure como en el ejemplo del florero anterior.

—Que no se transforme en el objetivo, en el producto, en el resultado del proceso de diseño. Ese proceso de conceptualización a veces tiene herramientas que saben transformarse en el fin y no en el medio. Me acuerdo siempre de un ejemplo que antes de lo solía pasar a los alumnos. Cuando se hizo la cuarta de Terminator y cuentan cómo se diseñó la moto que usaron en la película —una moto sin tripulante— se pone un ejemplo de conceptualización que me parece que es uno de los que ha hecho mucho daño al diseño; el director dice: "yo a los diseñadores le dije que quería perros de caza y que la referencia real era la Ducati Monster". ¿Qué está haciendo el director ahí? Encajonando la posibilidad de conceptualizar al diseñador a partir de una referencia material muy concreta y una referencia conceptual también muy concreta: perros de caza. ¿Por qué se tiene que comportar como perro de caza? ¿Qué es lo que el perro de casa hace? Ese puede ser un concepto útil si realmente me ayuda a definir las características del producto. Entonces es un proceso de conceptualización útil porque, por ejemplo, el perro de caza trabaja en equipo. En ese trabajar en equipo hay un objetivo que es atrapar la presa... Entonces hay una metáfora, una analogía depende de la carga justamente de concepto que tenga que me puede servir el proceso de

conceptualización. Ahora, en ese sentido, si después las características del producto responden a esa metáfora o analogía y realmente hacen que el producto sea eficiente, bárbaro. Es un proceso de conceptualización útil. Y el concepto detrás puede ser el perro de caza. Ahora, si el diseñador toma el concepto de perro de caza del director y le termina poniendo orejitas y cola a la moto para que se parezca a un perro, habría un excesivo trabajo del concepto para que formalmente la moto represente lo que la metáfora dice. Ese es un error muy común en diseño.

—Claro, se vuelve como un simbolismo.

—Que es lo que pasaba en poca de Memphis con otro objetivo que era el mensaje por sobre el producto. Ese resabio me parece que ha sido muy difícil sacárnoslo de encima. Por eso a mí me parece mucho más útil, y este año he estado trabajando mucho con eso en las clases expositivas —clases expositivas es lo que normalmente se llama clase teórica—; de sacar de la cabeza del alumno la palabra concepto y meter la palabra conceptualización. Sacar el objetivo de concepto y meter el de proceso de conceptualización. De sacar de la cabeza del alumno la necesidad del resultado y ubicarme más en lo que esa mecánica le puede dejar como proceso. Hay una bibliografía que ya casi no se usa y menos en cuarto año, la de Munari, que decía que cuando el sujeto repite varias veces un camino, al final va terminar con un método que no sólo le va a ser útil para recorrer ese camino sino caminos análogos. Entonces, ¿cómo puedo obtener yo una metodología para conceptualizar? Desarrollando un proceso que me permita, a partir de algunas herramientas, llegar a resultado, mi característica del producto. Ese es el proceso intermedio que metodológicamente cuesta tanto instalar porque es como que el método se transforma en fin. Entonces tengo que encontrar una analogía que me sirva: la máquina cosechadora se parece a un mamboretá; entonces mamboretá es el concepto. Se pierde la dimensión el proceso y empieza a tomar mucho más relevancia la dimensión mecánica, se transforma en fin y el alumno se pierde.

—Entonces sería como una herramienta, un proceso que es el disparador de la creatividad para alcanzar los objetivos...

—¿Cuál sería el verdadero resultado, el útil resultado de un proceso de conceptualización? Un programa de diseño.

—Claro, que es el propósito del producto

—Llamalo en términos mercantiles o más mercadotécnico, un brief. El brief sería el resultado del proceso de conceptualización. Un programa de diseño, una descripción de la característica del producto. Y después en el medio me pueden quedar un montón de metáforas, analogías, películas que me remiten a determinado clima; bárbaro, como proceso de conceptualización está muy bien porque yo quiero conseguir resultados. Hay una estrategia que usa Spielberg para sus películas que es bajarle el tono del color a la fotografía con el objetivo de alcanzar un determinado clima, o bien de evasión, o bien cine clásico. Entonces hay una búsqueda de un clima que se puede utilizar en el proceso de conceptualización y determinadas características del producto. En función de ese proceso de conceptualización, si yo tuviera que diseñar objetos para el clima de esas películas, tendría que elaborar una lista de característica que se correspondan: baja tonalidad en el color, etc. Entonces tenés una lista de características a las cuales tu producto tiene que responder en función del proceso de conceptualización que es perfectamente fundamentable, pero son características concretas y hasta una respuesta funcional.

—Es cómo mandás el mensaje. A lo que voy es a que el brief te da los objetivos y lo que quiere que del mensaje. La conceptualización está cargo de cómo vas a hacer eso, qué camino creativo vas a seguir.

—Y qué querés decir (...) Me compré esta cámara fotográfica Panasonic. ¿Por qué me la compré a pesar de que no tenga esa carga histórica que sí tienen otras marcas?

—Esa carga conceptual, también de la marca.

—Que también tiene que ver con parte del proceso de conceptualización que también tiene que ver con la historia que tengo detrás del producto. Me la compré porque me gusta cómo funciona, porque el peso que tiene es adecuado para lo que me gusta manejar a mí, porque el display es interesante a pesar de que no es réflex, el diseño de interfaz no es lo ideal para mí pero se defiende: habría con una excesiva necesidad de parecerse a la réflex...

—Es como que pierde identidad simulando algo que no es.

—Lo compré porque tiene el sello Leica en la lente, así me convenció.

—¿Qué significa ese sello?

—Qué es Leica. Leica es una marca de cámaras sobre todo de lentes (...) Fijate cuántas cosas hemos discutido que no tienen que ver estrictamente con la descripción del producto; que tienen que ver con un proceso de conceptualización que yo hago como usuario no como diseñador. Yo como diseñador en todo caso, me aprovecho de esa historia de la marca —en este caso de la lente o de la propia Panasonic— para que el usuario se apropie conceptualmente desde producto y lo tenga en mayor consideración que a otros. Pero entremos a evaluarla en cuestiones netamente prácticas que no tienen nada que ver... sí tiene que ver con el concepto de conceptualización previo, pero no de la historia de la marca sino de diseño que ha hecho el profesional y de las características que tiene el producto. Bueno, el hecho de que filme en HD, el hecho de que tenga 60 x de zoom óptico, que tenga resuelto de manera integrada lo que es el micrófono y el flash para poder grabar y arrojar luz en el momento en que yo quiera, que tenga fácil acceso a determinados botones que tienen que ver con sacar imágenes en repetición, etcétera. Ahí te estoy dando una cantidad de descripciones que tuvieron que ver con, en su momento, con programa de diseño o brief de diseño resultante proceso de conceptualización en donde el diseñador habrá pensado en todos los factores relevantes a la hora de hacer uso de una máquina fotográfica. Toda esta cantidad de datos que hacen sólo a la función práctica, en este momento no hemos hablado ni de marca ni de su historia, Esas son las cosas que deberían importar en gran medida al diseño como resultado del proceso de conceptualización...

—El concepto debería trabajar para esas cosas.

—Entonces el diseñador pensó en alguna masa maleable y la forma de la máquina termina siendo una cosa en donde no hay una definición morfológica muy grande. Tenés una forma muy orgánica que responde con claridad a dos manos en posiciones muy dinámicas. Ese tipo de cosas serían las necesarias de trabajar con mayor importancia en un proceso de conceptualización. Pero ¿cómo lo haces?, ¿cuáles serían las mecánicas? Para mí, después de estos veinte años de ejercicio de la docencia y lo poco que he hecho profesionalmente, hay una cosa en la que he insistido muchísimo, el materializar mi proceso de diseño. Tanto sea de investigación como de conceptualización, o resolución y comunicación; es la mejor herramienta como para poder evaluar rápidamente qué es lo que estoy haciendo de acuerdo a los resultados que

quiero conseguir. Es la mejor manera de poder plasmar en el producto mi proceso de conceptualización. El tema es que el proceso de conceptualización cuando yo determino un programa de diseño no termino. Cuando yo resuelvo el proceso de conceptualización sigue porque aunque esté en la construcción de un primer prototipo estoy volviendo a verificar procesos de conceptualización a partir de resultados concretos. Entonces ese proceso de conceptualización de una diferenciación que me permite un mensaje que, claramente me indique: “acá pasa algo diferente”; va a tener resultados por más que esto se hace en una etapa posterior.

—*Apunta a que la conceptualización no solo afecte lo visual, sino al tacto, etcétera. A los sentidos, todo materializado.*

—Y tiene que ver con todas las decisiones del proyecto y no se termina nunca. A la hora de comunicar también. Entonces no me animaría a circunscribir el proceso de conceptualización a la instancia previa a la resolución o a la decisión final de qué cosa va a ser el producto

—*Acompaña en todo el proceso.*

—Es el momento más importante sin duda. El proceso de conceptualización llamado naturalmente así, que tiene que ver con decisiones de tipo programático, es el más importante pero no el único.

—*Tiene un momento en que es protagonista porque te va a ayudar pero no es que después desaparece.*

—El programa para mí, es una manera de llamarle a lo que en paralelo, en la metodología tradicional de la investigación, sería la hipótesis. La hipótesis siempre se plantea en términos de potencialidad; entonces, usando como ejemplo el tema del dengue, vos decís: “en Córdoba si se dieron vuelta boca abajo todos los cacharros que puedan contener agua se termina el dengue”. Es una hipótesis, eso es un programa de diseño. Bueno, para el proceso de diseño, el programa no deja de ser una hipótesis. Es poner por escrito en potencial lo que vos crees, sería la manera de solucionar lo que se planteó como problema original.

—*¿Hasta qué punto esas hipótesis se trasladan a la conceptualización?*

—La hipótesis sería resultado de la conceptualización. El programa de diseño.

—¿Cómo es la transmisión de todo está temática a los estudiantes? ¿Cómo les transmitís esto de la conceptualización no como un fin sino como una herramienta de un proceso iterativo, circular? Como decíamos antes *ad infinitum*...

—Excelente pregunta y me da la oportunidad de volver a hablar, insistir y profundizar en una cuestión que no mencionaba recién. El tema de mi tesis inició originalmente por el lado del papel que tenían los modelos, la construcción física de modelos de diseño, de modelos funcionales que permitían verificar las decisiones de diseño. Y construcción de modelos tenía un papel importante en los mejores resultados.

—¿Es como que evalúas la toma de decisiones en el proceso de diseño?

—Verificás y evalúas qué decisiones tomaste bien justamente porque lo podés verificar con los modelos. Igual ese fue mi primer camino, después mi tesis se transformó, a partir de otros elementos que empezaron a entrar —me interesó mucho la semiótica—; entonces empezó a mutar y se fue hacia la comunicación en el taller de diseño como eje del trabajo pedagógico. Y Fraenza que me estaba dirigiendo, me dice: ¿qué comunicación? Y ahí me cambió todo. Fijate como de la necesidad de demostrar, ¿cómo la construcción de modelos permite verificar las respuestas que yo estoy planteando materialmente, le ayudan al alumno en el proceso?; me voy al tema de la comunicación y cómo vuelvo después del reto de Fraenza. Y entonces quedé en una especie de paso intermedio y utilicé como trabajo de tesis un estudio sobre todas las herramientas de comunicación que hay en el proceso de diseño, que son el modelo, la bitácora, los planos, los bocetos, relatos y todo ese tipo de cosas. De todos modos yo sigo pensando y en la tesis lo planteé así, de que la materialización de mi propuesta de diseño es la única manera de verificar que lo que hago está bien o no. Y mucho más que la verificación por parte mía, la verificación de la comunidad. A mí me gusta pensar que, cuando podés hacer un modelo que puede ser verificado es como que estás pariendo el objeto. En el sentido en que es el momento en donde el objeto se separa de vos por primera vez y ya no vuelven a juntarse nunca más. Deja de ser patrimonio de tu cabeza, de tu bitácora como extensión de tu cabeza, y pasa a ser una cosa concreta.

—*Pasa a formar parte de la realidad*

—Exactamente, ese momento es clave y es el que permite verificar si todo lo que yo he hecho previamente tiene sentido o no. Es la herramienta que a mí me ha permitido

medir que todo este proceso de conceptualización tiene sentido. Y es el instrumento que me ha permitido medir también cuándo proceso de conceptualización no tenía sentido. El tema de materializar y verificar materialmente propuestas es lo que mejor resultado me ha dado. De hecho durante unos años lo apliqué hasta en historia, pasa que me retaron mucho los compañeros y lo dejamos de hacer porque tenían razón. Pero en historia teníamos un proceso distinto que era interesante. Al analizar determinado objeto histórico por ejemplo la silla de Rodchenko, y a pesar de que en la guía de trabajos prácticos no les exigíamos modelo en escala 1 en 1 sino en escala 1 en 5, había alumnos que empezaron a trabajar los prototipos en escala 1 en 1 porque a partir de ver el objeto querían tenerlo. Entonces había en la construcción del prototipo un proceso inverso de cuáles podrían haber sido los caminos de conceptualización del diseño. Entonces en historia me daba un resultado estupendo en cuanto al aprendizaje que el alumno o la alumna hacía.

—*Para cerrar ¿cuál es tu visión global sobre el concepto en la FAUD?*

—Volvemos al principio de la charla. Hay una cuestión muy desdibujada (...) durante el 2013, 2014 y parte del 2015 hicimos un trabajo acá en la Nacional de articulación en vertical de todas las Diseño. Ese trabajo de articulación vertical propuesto por Fernando Valdéz, reunió a todos los responsables de todas las cátedras troncales de todos los niveles. Y a partir de un esquema de programa de diseño básico que tomamos como común, coincidamos o no todos con él —en mi caso era fácil porque coincidía casi al 100%—. Tomamos el de Fernando Rosellini con esta discriminación por pasos que te decía: investigación, ideación, conceptualización, resolución extensiva o sea sin detalles, ampliamente; resolución intensiva cerrando en una parte del producto, y comunicación. Esta última fase de comunicación fue un aporte interesante de Fernando porque tradicionalmente, en esta carrera, todo lo que era comunicación del producto o del proyecto, era casi como una especie de consecuencia, un agregado. Entonces Fernando dice: “no, nos tomamos un mes y en ese último mes proyectamos la comunicación”. Ya no se resuelve más, el producto está resuelto —aunque la realidad no sea tan así— Por otro lado y considerando particularmente el desempeño del alumno planteamos que; todo alumno debe tener para determinado contenido o metodología, que tiene que aprender, conocimiento del mismo, manejo y dominio del mismo. Entonces vos tenés tres instancias en progresión que marcan que el alumno —a partir de lo que investigar, idear, conceptualizar, resolver de manera extensiva y de manera

intensiva, o comunicar—; tiene que primero aprender conociendo, de qué se tratan todos esos conceptos, después y una vez que tiene superada la instancia de conocer, manejarlos. Piaget habla de que uno aprende por imitación. Como cuando aprendo a manejar. ¿Cómo aprendes a manejar? Porque lo ves a tu viejo o a tu vieja que aprietan primero un pedal o mueven la palanca de cambios. Después ellos te lo dicen, entonces vos te sentás y prácticas, y por imitación hasta que perdés la expectativa consciente y lo hacés de manera inconsciente. Cuando lo hacés de manera inconsciente es porque lo has aprendido (...) por eso te resulta tan difícil, no sé si te has entrevistado con profesionales que no ejercen la docencia, si lo hacés fijate, que en cuanto más lejos están de su graduación, el tipo no tiene la más pálida idea de porque conceptualiza, de por qué investiga, por qué resuelve de determinada manera. Porque son cosas que en algún momento conoció, manejo y ahora las domina hace tanto tiempo que ha perdido absolutamente la expectativa consciente de eso, lo hace de manera natural (...) Entonces definimos como estructura troncal que en primer año el alumno debe conocer sobre estas cosas y en algunos casos tener un manejo. En segundo año ya debe conocer sobre todas esas seis fases, manejar en todos los casos y casi que no dominar en nada. En tercer año, dominio de algunas cosas. En cuarto, dominio de muchas. Y en quinto en el trabajo final debe conocer, manejar y dominar todo para poder egresar y salir a la cultura positivamente como diseñador. Y toda esta perorata viene a cuento de qué pensamos en la FAUD sobre el concepto de la conceptualización. Cómo definimos estas gradaciones de cada nivel y de cada fase del proceso que el alumno debería, según su instancia de aprendizaje, conocer, manejar o dominar, llegamos a un ideal. Y después dijimos bueno, ese es el ideal, pero cómo es el real. Entonces cuando empezamos a hacer el real, la calle de la conceptualización, prácticamente llega vacía a cuarto año. El alumno conoce y mínimamente maneja, pero no domina nada. Lo mismo pasa con lo que tiene que ver con ideación. Eso es lo que pensamos nosotros los docentes. En lo que mejor andaban y esto tiene que ver con el perfil que se le da acá a la carrera, algunas cuestiones de resolución intensiva y fundamentalmente el tema de la comunicación. Acá están muy formados para comunicar, lo que es dibujar, etcétera. Otra área en la que se cree que están bien formados es la investigación. Pero volviendo, la calle de la conceptualización era pavorosa. No termina ahí la cosa, yo le estoy dirigiendo la tesis de Máster a Belén Franco, en la que investiga las capacidades propositivas en el trabajo del taller de diseño para eso trabajó con el taller de Enrique Duhalde. E investigando eso le hizo una serie de encuestas a los alumnos sobre, en función también de seis fases,

porque son las que utilizamos en el proceso del año, cuáles son según ellos las que tienen mayor importancia durante el proceso de diseño y las que tienen menor importancia también en el proceso. Según lo que ellos ven y de lo que han recibido en su formación, la que menos importancia tiene son las herramientas de conceptualización. Y esa cuestión Tan paradójica y al mismo tiempo extraña, pero también con cierta lógica. Por un lado los docentes vemos que los alumnos vienen mal formados en conceptualización, pero también porque nosotros nos formamos mal. Entonces es responsabilidad nuestra que el alumno llegue así a cuarto año y que aún peor, considere que está bien, que no necesita esas herramientas. El tipo lee claramente que la carrera lo está formando de manera deficiente en herramientas para conceptualizar. Lo peor de todo esto es que nosotros en todos los niveles estamos evaluando con 7, 8, 9 y 10 a alumnos que no conceptualizan. En todo caso generan concepto que no es lo mismo, porque la generación y concepto puede ser hasta un proceso de caja negra. Entonces nosotros estamos, por un lado, formando alumnos sin herramientas de conceptualización y los estamos evaluando bien. Y después llegan a cuarto año y les exigimos que sepan conceptualizar. Es una contradicción. Pero esa es la posición que se tiene hoy en la FAUD y esa es la razón por la cual no nos ponemos de acuerdo entre los distintos responsables de las troncales sobre qué es concepto y sobre qué es conceptualizar.

—¿Aún hoy se sigue debatiendo?

—Estamos debatiendo si le tiene que llamar problema de diseño, oportunidad, descubrimiento. Estamos debatiendo si le tiene que llamar prototipo, a qué cosa prototipo, a qué modelo funcional, a qué maqueta. Sinceramente para mí no tiene importancia: puede haber un glosario como referencia detrás del accionar de las cátedras, pero en realidad yo tengo que tener la suficiente amplitud e inteligencia como para poner detrás del concepto el signo que yo quiero. Más allá de eso no nos ponemos de acuerdo. Y en el no acordar lamentablemente el alumno sigue confundido. Ojo tiene algo positivo, creo que estamos formando alumnos con un cubo mágico en el cerebro. Hay posibilidades ahí.

Anexo 6. Entrevista a Julia Azulay¹⁴

Pablo Medeot: —*Si te podrías presentar por tu nombre y apellido; título de grado, posgrado y cargo académico que desempeñas actualmente...*

Julia Azulay: — Diseño Industrial en carrera de grado. Después me especialicé, hice una maestría en calidad, innovación y mejora y con ella tengo el título de ser Auditor Interno. Y después me especialicé en Gestión de la calidad y desarrollo sostenible, que con eso tengo otra especialidad y también la certificación para ser Auditor Medioambiental. Y otros cursos de formación es de segsigma, que son más de procesos: soy cinturón greenbell. Soy directora de carrera en la Licenciatura en Diseño Industrial y docente universitaria en Diseño Industrial II y Seminario de Práctica de Diseño Industrial, que es del sexto cuatrimestre; Historia del Diseño Industrial, Ergonomía y Seminario Final.

— *¿Qué entendés por Concepto de Diseño en el diseño industrial?*

— Para mí es el puente entre la parte creativa y la parte teórica. Es el vehículo que el alumno utiliza para poder generar la esencia del producto. Es un poco –incluso-, la palabra o la imagen que el alumno termina dándole la materialidad en el diseño. Nosotros con los chicos –o al menos con los alumnos con los que lo he hablado-, y lo hemos estado impartiendo dentro de los marcos teóricos que vos les das, que puede ser un signo, que puede ser la parte semántica del producto o que puede ser el disparador; desde la didáctica, nos sirve que ellos comprendan que es un puente de conexión entre todo el análisis de investigación previa y la parte creativa, que es el hilo de plata que conduce toda la parte creativa.

— *¿Es como un medio?*

— Sí para que el producto termine siendo el carácter o incluso, con la impronta de ese concepto y, cuando es en equipo, nos sirve para que eso unifique los criterios. El concepto en un equipo de tres alumnos, generalmente de a dos no hay problema, pero en

¹⁴ Julia Azulay. Diseñadora Industrial, Máster en calidad, innovación y mejora. Directora de carrera en la Licenciatura en Diseño Industrial de la Universidad Siglo 21. Docente universitaria en Diseño Industrial II, Seminario de Práctica de Diseño Industrial, Historia del Diseño Industrial, Ergonomía y Seminario Final.

un equipo de tres alumnos, siempre hay dos alumnos o pensamientos que ese superponen y el concepto nos ayuda a que fluyan los criterios entre ellos y que vayan descartando los criterios a través del concepto.

— *¿O sea que es vital para tomar decisiones?*

— Sí, porque incluso en equipos más grandes, o se intercambian o hay interdisciplinario, porque ya nos pasó cuando, con algunos alumnos de marketing, se hizo trabajos en conjunto de diseño, o ahora mismo está pasando, en el trabajo que es todavía más grande, más macro: hay alumnos de indumentaria, hay alumnos de publicidad, diseño gráfico e industrial; todos con un tema y un problema a resolver, pero el paraguas que sostiene la temática y la línea de productos que van a diseñar todos es el concepto. Y en este caso, cada uno imparte su acepción, pero desde publicidad se trabaja como el paraguas que contiene a todos los alumnos que están con esa temática. Y te estoy hablando de cinco grupos que tiene cada uno trece alumnos.

— *Y es como el lenguaje común entre la interdisciplina.*

— Sí, ese es el lenguaje. Y en este caso puntual se ha dado solo; se ha dado porque los alumnos más grandes son los de diseño industrial y hay alumnos de indumentaria, de diseño gráfico que son más chicos, que están menos avanzados en la carrera (...) están más avanzados en la carrera los de industrial y los otros están recién en primero y segundo año; y los de industrial tomaron la posta con el concepto, por el diseño: “Bueno, marquemos el concepto para que en base a eso, empecemos todos a diseñar”. Y empezaron a tomar la posta desde ese sentido, cuando se dieron cuenta que desde publicidad dijeron: “Bueno, no, pará, pero para nosotros el concepto, los va a abarcar más a todos”.

— *¿Cómo?*

— Es para un hospital lo que se está haciendo. La temática es para un hospital.

— *¿Qué quiso decir el chico de publicidad ahí?*

— Que iba a marcar la impronta para todas las carreras. ¿Por qué? Porque el concepto que marque el de publicidad, que un poco va a ser la esencia de los que terminen haciendo o diseñando en cada disciplina, va a ser el patrón, va a ser la guía; porque el de diseño industrial, por ejemplo, había propuesto un diseño pero sobre el producto.

Entonces al subir el nivel y decir: “Bueno, no, pero el concepto mismo”... no sé, por ejemplo, los tres colores del semáforo que es un procedimiento, que es de triage; tomemos los colores y la semántica, todo lo que significan los colores, la connotación de los colores en todo: en el mobiliario, la ropa... entonces vino el de publicidad y dijo: “No, pará. Si vamos a tomar el concepto triage, no subamos un escalón, hagamos que todo el concepto sea el paraguas y todo lo que se diseñe, está, no sé, en la selva; pero todos diseñamos en torno a la selva”

— *Claro, todos los de diseño es como que lo quieren materializar en algo... y los de publicidad...*

— Exacto. Lo llevan directamente al producto, a lo tangible. Y en este caso —esta es una experiencia piloto que se está haciendo ahora en este semestre—, digo, mirá cómo el concepto nos une, nos unió y nos fusionó.

— *Al final pudo unir a todos. Hizo como un concepto estratégico.*

— Sí. Exacto. Que nosotros, desde el diseño de producto, lo vemos al concepto para nosotros, como intrínseco del producto, pero casi como... bueno, puede ser explícito o no para los otros, pero es la herramienta casi íntima del diseñador industrial. En cambio, en publicidad es parte de una estrategia.

— *Es cierto, el diseñador lo usa como una herramienta. ¿En dónde tiene génesis esto para vos? ¿Tiene génesis en el diseñador, viene mayormente del brief, viene de una empresa? ¿Cómo son las recetas que engloban al concepto?*

— ¿Qué, en la etapa de proceso? ¿En qué etapa del proceso o quién te lo proporciona al concepto?

— *Claro, ¿quién lo genera? ¿Quién lo termina por generar?*

— El diseñador industrial. Es como el briefing. El brief es una cosa y el briefing es otra. El concepto es propio, es casi la esencia y el carácter. Es como, lo que diría William Morris, es como el diseño de autor; o sea, es propio y es de la persona que lo está pensando a ese concepto.

— *¿Puede venir directamente de un brief?*

— No creo. Puede haber parámetros o cosas que te lleven a vos a inducir un pensamiento, pero el concepto que esté directamente en el brief, no creo. Al menos es muy difícil, porque incluso, porque si fuese un trabajo puntual que un cliente te pide a vos... el cliente no entiende de concepto, te puede tirar cosas parecidas. Es como un diseñador de interiores: vos no sabés qué colores le gustan, pero si ya te muestra su casa, vas a saber qué entorno, qué muebles, qué cosas... esto es más o menos parecido. El que tiene el problema ni siquiera lo sabe; que tiene la necesidad el cliente y te tira cuál es, o te tira qué es lo que vos le podrías resolver, pero no te va a decir un concepto. El concepto es la herramienta del diseñador industrial para poder hacer la linealidad en el pensamiento creativo.

— *Claro, usa de receta al cliente...*

— Nosotros, en la universidad, en el trabajo práctico, nunca le podemos dar el concepto al alumno porque es parte de cada grupo. Si le doy una temática al alumno: diseñar un porta tarjetas que además sea espejo, todos los alumnos va a pensar diferentes porta espejos; ahora si vos le conceptualizás: el porta tarjetas tiene que tener implícito... un juego, tiene que ser lúdico, y bueno, todos van a disparar para lugares diferentes. Porque un poco es la impronta de lo que vos traés, de la formación, de hasta la parte genética, digamos, de lo que vos sos.

(...)

— *Vos me habías dicho, que los diseñadores industriales, piensan en el concepto ya materializado del producto: ¿Dónde se manifiesta o expresa el Concepto de Diseño? Eso es lo que me habías contado, que el diseñador lo ve en el producto o pasa por un...*

— Lo puede ver en la forma, lo puede ver en el producto. No necesariamente está implícito en la forma, en la morfología del producto.

— *No está encerrado en el resultado...*

— Si dentro del concepto hay algo que está relacionado netamente (...) y que se haga con un carácter implícito (...) que represente a la naturaleza en vivo, que se suelen dar muchas veces esas traslaciones, pueden surgir y surgen. Y es una estrategia del diseñador industrial poder utilizarla en la forma, en la morfología del producto, pero, para mí, el concepto, no necesariamente se tiene que representar. Hay productos que no

sabés cuál es el concepto de diseño y que recién el diseñador te lo puede blanquear: ¿qué es lo que pensó?

— *En base a lo que vos me decís, lo veo como si fuera una herramienta para sacar el mayor potencial de la creatividad del diseñador. Como dijiste: un medio, un puente...*

— Es que para mí es, en la corta experiencia que yo tengo como docente, los alumnos que mejor conceptualizan, son los que llegan a propuestas más disruptivas en el diseño; y eso, es una característica de que ese alumno, que mejor conceptualiza y llega a propuestas más disruptivas, o sea, se diferencia del resto, generalmente a ese alumno, no le cuesta el pensamiento lateral. O sea, ir de la heurística a lo lineal, ir y volver, tiene una flexibilidad mental que por eso puede pensar en trasladar el planeta marte, o pensar en los cuatro elementos, o la cultura china a un producto que vos ves y nada tiene que ver con eso y quizás es un producto muy autóctono; pero su concepto de diseño lo hace hacer esos viajes, que son como viajes muy íntimos porque él te puede contar en bocetos... me ha pasado, hace dos años en el diseño de un parque infantil, un alumno que de los mandalas, de dibujar mandalas y de empezar a pensar en el origen de éstos, hizo un link, una asociación con las figuras geométricas sagradas, que es algo muy antiguo, y terminó diseñando el patrón, el espacio en base a círculos, triángulos y figuras geométricas que representan la tierra, el aire o el agua. Y ese link, hay alumnos que lo miran diciendo: ¿qué te fumaste? Y no hace falta nada, es un vieja totalmente personal que a vos te sirve para tener mayor seguridad en lo que estás pensando.

— *Claro, es como una guía para tu creatividad.*

— Y ese camino, el que hace cosas más disruptivas, es el que puede ir de un lado al otro: no le importa si está en pensamiento lineal o en pensamiento lateral, si está en la heurística... No, no le importa. Va de un lado hacia el otro constantemente.

— *Porque tiene un ancla también bastante formada.*

— O no. Porque este pibe estaba en segundo año y cuando todos se quedaron diciendo: “Figuras geométricas sagradas, profe: ¿qué es eso?”; bueno, capaz que tienen que ver con el inconsciente, con tu casa, con la formación, con lo que tenés vos adentro... ni siquiera los padres eran artistas plásticos, o sea, me refiero a... lo único que yo puedo decirte es que es distinto... no sé... los alumnos que tienen actividades deportivas, que

la ves reflejada en la flexibilidad que tienen ante un problema: son flexibles para tomar cualquier solución y esa es la creatividad.

— *¿Hay diseño son concepto para vos?*

— No. Para mí el diseño siempre tiene un concepto, lo que es difícil es ponerle nombre, forma o darle carácter. Hay muchas personas que no lo revelan; porque vos lo ves que lo está diseñando con la mano, que cuando te están contando cómo va a ser y cómo es, lo está diseñando con la mano al concepto y te lo está transmitiendo en los colores, en las texturas, en los materiales que quiere; pero el alumnos mismo no se da cuenta porque es como una venda. Por eso yo te contaba lo de la cebolla. Cuando le llegás a sacar la última capa a la cebolla, es igual que la que está adentro: y porque toda la cebolla. Yo puedo ver, te puedo mostrar la cebolla completa, con cáscara y veinte capas; y te puedo mostrar el bulbo de la cebolla, que de ahí vuelve a salir otra cebolla, y vos decís: “Y bueno, ¿cuál es?”. Y bueno, es esta la cebolla, igual que ésta. Entonces, a mí me importa en la pedagogía, que ellos entiendan que hay un concepto. Cuando veo que no lo ven, o que se frustran porque no lo pueden visualizar, trato de que se olviden, de que piensen una imagen y de ahí les trato de bajar al moodboard, que traten de usar disparadores creativos: una imagen, un olor, una fragancia, un perfume, un color. Entonces, en todas esas cosas está el concepto y de ahí vamos sintetizando.

— *¿Se te facilitó la bajada pedagógica mediante ese método?*

— Con el moodboard sí, muchísimo, porque a los chicos les cuesta menos cuando empiezan a pre-visualizar. Supongo que también tiene que ver con los métodos de estudio: juntar fotos de algo, juntar texturas, olores, colores, sabores, es más fácil porque los coleccionamos constantemente. Ahora, sintetizame las veinte imágenes en una palabra y la síntesis es lo que nos cuenta. Esa síntesis es tu concepto.

— *Claro, es verdad eso, es esa síntesis. Me quedé pensando en eso...*

— Es así. Es que a mí me resulta con los chicos es que... los noto como alentados, les gusta. Nosotros en el proceso de diseño, cuando terminamos la investigación, les hago hacer el primer moodboard, antes de entrar a concepto. Y el moodboard termina siendo casi como una síntesis de la investigación; entonces de ahí les voy diciendo: “Bueno pero esto te está limitando...”. Y bueno, no pueden usar palabras; si usan tienen que ser dos o tres palabras, no frases: y esto: “¿Vos sentís que esto te limita o te está haciendo

acordar algo que no te tenés que olvidar, o te está haciendo acordar algo bueno que puede ser diferente?”. Y ese es como el sí o no, ese es el camino. Si eso te limita, sácalo de tu moodboard. ¿A vos esa textura te refleja algo cuando eras chico y que querés transmitir o es que no te tenés que olvidar que esto es el material? A bueno, si te limita, sácalo; que te potencie todo lo sensorial, lo perceptivo porque es ahí donde nos cuesta o, considero que a los chicos, al diseñador, le cuesta hacer el ejercicio de llegar a una síntesis. Hay muchas cosas perceptivas que te potencian, pero es una la que puede ser el disparador y el que tiene la linealidad del proyecto.

—*También entran en juego todos los factores culturales del diseñador. Es un cóctel de todo.*

— Sí, eso digo yo que tiene que ver con la genética, con lo que vos traés. Vos tres o venís de una cultura de madre/padre, de una casa y dentro de un pueblo, una provincia, y puede ser infinito... y el concepto... digamos, puede ser infinitos los limitantes o las potencialidades que vos traigas adquiridas ya. Desde el primer día de la universidad podés tener mayor o menor predisposición, un profe te puede generar más o menos empatía, pero los disparadores creativos ya los traés de antes. Entonces es darle la forma a la materia gris, lo que hacés en la universidad. O sea es darle la forma y enseñarles que hay un método, que hay un paso a paso, que no podés salir corriendo si no sabés gatear. Digamos que tenés que hacer dos, tres step juntos y después salís corriendo y volver y andar caminando (...) no es importante le orden sino que vos entiendas qué hacés en cada momento... que para qué te sirve un programa, no importa si el programa está ahora-aquí, son todos documentos vivos. O sea, el brief también es un documento vivo que no lo vas a terminar de completar hasta que no termines el proceso generalmente, pero hay que saber dentro del brief que estos tres puntos son los duros, son los que tengo que saber sí o sí, estos otros dos puntos y no, no puedo pensar que es lo mismo esto que esto; tengo que discernir. Y ese es el método, si no, el pensamiento va vagando.

— *Con esto que vos me estás diciendo es como que este enfoque conceptual le da una guía a todo esto...*

— Exacto, le da una guía, un puente. Es como que le pone luz a un camino.

(...)

— ¿Considerás que hay poco abordaje teórico sobre Concepto de Diseño?

— Sí, considero que hay poco. Pero también considero que es con nuestra formación, porque esa pregunta me hace ir a cuando yo estudiaba diseño. Creo que se le dedicaba poco tiempo porque no se le veía el potencial del concepto, era más importante aprender los métodos y tener los plazos, los tiempos bien estudiados y saber que tenés que llegar y con qué cosas tenés que llegar a una etapa final, a una entrega final, que defender tu concepto de diseño.

— *Era como que concepto y funcionalidad estaban muy separados. Ahora cómo lo ves: ¿siguen estando separados?*

— No, no siguen estando separados, pero sí me parece que es una cuestión pedagógica el que lo plantea... el alumno que entiende que hace la diferencia, esto que te decía, que es disruptivo: el alumno que comprende que a través del concepto puede salir de la media, son pocos. Son pocos porque piensan: “Bueno, es la etapa más creativa en la que te tenés que delirar un poco y...”. Y no es así. Además de delirarte y además de eso, de hacer una reflexión de todo lo que estás investigando y analizando, tenés que encontrar el hilo de plata: el hilo conductor entre el objeto, el producto, lo que vos querés, la impronta, tu sello, tu firma. Es el hilo conductor. Entonces, cuando encontrás y cuando sabés, le das el valor que tiene... los alumnos se distinguen. Hay alumnos con trabajos excelentes. Ahora, pasa lo mismo que pasa con otras áreas: alumnos que conceptualizan muy bien después no tienen un... o no, es un ejemplo. Pueden no tener una buena resolución técnica y: ¿qué es más importante, tener una buena resolución técnica o tener un buen concepto? La resolución técnica es importante... el concepto, y sí... la resolución técnica va en la producción, va en cuántos productos vendés o si fundiste a las lapiceras porque calculaste mal, el diámetro; o sea, es tan importante la parte dura como la parte blanda. Porque la parte blanda puede hacer que tu producto sea innovador y sea distinguido.

— *¿Esa sería la causa del poco abordaje teórico? Que antes estaba relegado...*

Sí, creo que sí. Al menos, a mí me interesa pensarlo ahora, como que es un disparador, casi como una herramienta de... no me gusta usar mucho la palabra innovación porque involucra muchas cosas, pero sí, disruptiva. Es una herramienta disruptiva. La persona que pensó un concepto, que lo fundamentó y que en el trabajo práctico desarrolló el

concepto de punta a punta; es diferente el trabajo práctico ese, es totalmente diferente del de una persona que no tiene el concepto. Y los dos tienen un desarrollo técnico bueno y planos buenos y todo lo que vos quieras...

— *Entonces es como que, antes la funcionalidad relegaba al concepto, ahora se ven como iguales; pero también, puede darse el caso en el que el concepto se sumerge con lo técnico y logra el alcance en todo el proceso. ¿Es ahí donde vos decís que se hace el nivel de disrupción más grande?*

— Sí, tal cual. Sí porque tanto que se habla o está en auge la palabra innovación; innovación no es más que romper un paradigma.

— *No es más de más o menos de lo mismo; es otra cosa.*

— No, es romper un paradigma. Y para romper un paradigma vos tenés que tener una mente creativa y una mente flexible que pueda tener la habilidad de pensar en hacer lo mismo de otra forma.

(Anexo)

Julia Azulay: — (...) poco tiempo. Está Gastón Bocos; una persona externa que es Isabel y yo. Y estamos, sobre el proyecto de investigación en realidad, como que la finalidad sería empoderar a mujeres de la calle a través de objeto de producto de diseño industrial, creados con scrap textil. Entonces en base a eso, ahora específicamente en estas semanas, hemos delimitado y llegamos... vamos a empezar una parte más linda que es la de la experimentación de la materia porque todavía no sabemos qué producto; tenemos algunos patrones, o sea, que se han estandarizado, que son productos... bueno, módulos, sistémicos... tenemos cosas pero no sabemos el *qué* vamos a hacer. Pero empezamos a experimentar con la materia; o sea, con diferentes tipos de géneros textiles y el género con el material. Ver qué se puede hacer para ver hasta dónde llega el potencial del género textil de este scrap, y como poder optimizar sus funcionalidades para prestar un producto, para dar una prestación excelente.

Pablo Medeot: — *Es un nuevo perfil ese. Por eso está bueno que si pueden meter investigaciones a la carrera, estaría genial porque hay gente que tiene mucho ese perfil; porque lo que a mí me pasó y a mis compañeros, es que, como estás siempre apretado con aprobar la materia y solucionar algo, es como que terminás con visión de*

túnel muchas veces, y no terminás diseñando, terminás arreglando las cosas: sos el solucionador de problemas. Entonces es como, que en la investigación, necesitás un perfil más (...)

— Sí esa es una buena definición porque en realidad es eso lo que queremos de construir.

— *Claro, por eso Soledad es muy buena porque te des-construye y te hace que experimentes; es como que ella hace eso en la carrera y mete ese perfil de tocar, investigar; que es investigar en base a laboratorio (...) por eso está bueno. Está muy bueno ese perfil de diseño que yo lo veo también en empresas como Nike, Adidas que van probando materiales, van probando... el departamento de diseño se la pasa más investigando que sacando cosas concretas [“Experimentando”] claro, porque después los ingenieros son los que entran en la ecuación cuando se viene a los detalles y ahí se da todo. Pero al principio son ellos investigando, viendo “qué onda” el usuario; como que nosotros acá, bajamos todo de Wikipedia, lo leemos más o menos y ya nos largamos a tratar de solucionar el problema; cuando en realidad no sabemos si estamos solucionando el problema correcto. O se podría abordar [“O si es un problema”] claro, capaz que nunca fue un problema.*

— Estás generando un problema; ayer pasaba eso en la cátedra.

— *Por eso está bueno el perfil*

— Es hacia dónde vamos

— *Y los chicos de la “Nacional” tienen mucho de eso, de que están enfocados, como muy cuadrados. Ellos por ejemplo, concepto de diseño se lo dan recién en tercer año. En tercer año tienen un proyecto que se llama diseño conceptual donde dejan a flor el diseño, pero los chabones vienen de dos años, tres años haciendo todo apretado por tecnología, requerimientos y es como que no le ven mucha utilidad ellos, es como que no saben qué es...*

— Y no, porque no hay muchas materias que se triangulen tampoco.

— *Claro, entonces ellos generan como un quiebre cuando, después, no entienden el concepto. En cambio, la experiencia que me dio a mí “la Siglo”, es como que todos te lo van dando de a poco. Y ya recién, avanzada la carrera, entendés lo que es. Es como*

que vi ese patrón en la pedagogía: en la Nacional es como que te hacen el quiebre –que para mí no está muy bueno; porque es como que... está bien que las crisis te llevan a la enseñanza, pero mí o para un pibe es como que... lo va a entender por descarte y no por lo que realmente es-; en cambio, como que acá, en “la Siglo”, todos te van metiendo de a poco y vas formando tu concepto. Por eso es como que... igual, el quiebre... el que sobrevive al quiebre y formula el concepto bárbaro, pero hay muchos de que no terminan, que se quedan en el camino. Entonces, para mí que es medio jungla eso, es medio selección natural un toque, en ese sentido. Claro, entonces, “la Siglo” trata de que todos tengan concepto. Entonces, garantiza de que todos puedan formular concepto, no hacer la de la jungla, que siempre te ponen en crisis todo; es como que siempre... veo como ya un abuso de eso, más de pedagogía.

— Bueno, quizás tenga que ver con ese lineamiento. Acá hay dos cosas que tenemos a favor para poder hacer ese poco a poco y acompañamiento; dos cosas: primero que nuestras materias son semestrales, que el hecho de tener como profe, dieciséis clases con el alumno, ya te limita el grado de profundidad, de que no podemos estar flasheando una clase porque vos sabés que no podés perder el tiempo. Entonces, la dinámica que vos usás a nivel pedagógico para poder llegar, ser eficiente en transmitir en una hora y no en cinco. En una hora, vos tenés que optimizar tus recursos para que el pibe comprenda y que eso que comprendió, lo va a tratar de procesar y madurar para la clase siguiente o para esas cuatro horas. Hay algunos que... yo lo llamo... en el proceso, les digo, hay algunos de ustedes que ya están visualizando; que ese es como el método que dice Porter por ahí, visualizando, no significa que solamente lo ves, significa que ya estás viendo lo que va a venir, te estás anticipando y ese poder anticiparte, no lo hacen todos. Son pocos los que lo hacen, pero no porque sean iluminados o porque ni nada; si no porque requiere una agilidad mental y flexibilidad. O sea, que no te dejes guiar solamente por lo que yo te digo, que desconfíes de lo que yo te digo y que vos generes tu propio conocimiento a través de, que construyas a partir de lo que yo te digo. Son pocos. O sea, estamos creando como más maquinitas que piensan, piensan, piensan; y otros que dicen que no, pero no desde el punto desafiante... hay diferentes formas de proponerlo... si no que, de decir: “Mirá, concepto es esto”, y automáticamente lo ven en otra cosa y dicen: “Pero eso también puede ser”... “Ah sí, puede ser”. Y empiezan como hacer una abstracción de eso, esos son pocos. Esos que visualizan, son pocos. Y esos, generalmente suelen ser las personas más –para mí, en mí

experiencia-, que más flexibilidad tienen, que tienen como un... que no les importa el orden. Porque yo siempre les digo: “Yo les voy a enseñar una metodología, es un paso porque no pueden salir corriendo sin caminar. Pero una vez que ustedes caminan y saben trotar, pueden volverse a poner a gatera, pueden saltar, pueden caminar, pueden correr, pueden hacer lo que quieran”. Entonces, el que aprendió a caminar y a trotar, y ya puede salir corriendo, sabés que te vas a caer, pero cuantas veces vos más te equivoques acá, en el aula, mejor va a ser. Entonces ese es el desafío de que te equivoques y muchas veces, y que seas consciente de que te equivocaste; porque tiene el éxito el que fracasó muchas veces, no el que ganó siempre (...) no sé dónde está el bucle que yo les hago, que les muestro... el proceso mismo, el entender, les hablo de la reflexión muchas veces...

— *Aparte como que muchos chicos tienen como mucha afinidad con ciertas partes del proceso también, es como que el proceso de diseño es tan variado, que también los perfiles van encajando.*

— Yo les hago un poco... este bucle está sacado de la fase del proceso del libro de Michael Roger –de Roger y Milton-, [“Diseño de producto”]; no de otro, que es investigación en diseño de Milton (...) que en realidad esta es la foto grande que les muestro y que un poco habla de todas las cualidades que tiene que lograr un diseñador, y el proceso, se los defino en estas etapas.

— *¿Éstas serían las competencias?*

— Sí, las competencias que va a lograr y poco a poco, la cualidad que tiene que desarrollar; porque tiene que observar: ¿qué significa observar? Y ahí empezamos como a cortar y a escuchar y a preguntar y a crear prototipo. Cada una de estas fases, cada uno de sus círculos, es un ciclo que está compuesto por estas cuatro fases o etapas, que es el entender, es el observar, el visualizar y el revisar estas tres, para poder implementar.

— *¿Por qué el observar no está antes que el entender?*

— Porque en el entender es la primera comprensión: yo comprendo lo que vos me transmitís, pero hasta que yo no lo haga, no observo mi propia experiencia; hablando del observar como la propia experiencia...

— *¿Acá es donde formás tus hipótesis?*

— Exacto. Y en el visualizar estoy ya dando la aceptación de estas dos; o sea que estoy viendo la experiencia que ya hice y generando una nueva experiencia. Cuando yo reviso esto, que es una etapa lógica y racional, recién implemento. Si me sale bien o me sale mal... si yo revisé, acá yo defino si me sale bien o me sale mal y puedo volver a entender, observar; cuando me sale bien, yo implemento. Ahora, esa implementación, va a tener un margen de error más bajo que si yo no revisara lo que hago. Y eso lo hacemos intuitivamente en todo porque es un pensamiento lógico y lineal; pero eso, cuando yo les muestro esta foto... bueno, esas cuatro fases están en todo, porque este círculo que yo les dibujo acá, ahí lo entienden como una elipse, que son 360°, pero en todas las dimensiones. Les digo que es como una escalera caracol, que ustedes van subiendo desde el primer escalón hasta el último, quizás repitan acá y vuelvan al ciclo. Entonces, el poder comprender esto, a ellos les va llevando... quizás entiendan la forma de lo que yo les estoy explicando, pero no lo visualizan en la profundidad; pero a medida que ellos van comprendiendo, nosotros en Diseño II llegamos hasta acá, llegamos en profundidad estas primeras etapas. El desarrollo de diseño, nosotros lo vemos, porque sí: bocetan y hacen cosas y producen y llegan a una materialidad; pero en Diseño III y IV, van a empezar a profundizar en esto: en el diseño detallado, en la ingeniería del proceso... Entonces, es como un poco situarlos en el mapa, es decir: “Bueno, yo voy a aprender acá, en esta materia, qué tengo que desarrollar”. Y tenés que ser reflexivo, tenés que ver pero ver es observar y reflexionar, y comprender lo que estoy viendo. Transmitir, decodificar, ser como un traductor: “Ustedes tienen que ir, ver, sentarse”. No sé, ahora estamos con skate por ejemplo... tienen que ver a los chicos, además de escuchar lo que te dice el skate: tienen que ver qué hace, cómo se mueve, ver el cuerpo, ver la ropa, ver todos los otros objetos, el mundo, el escenario, entender las superficies, todo lo que te genera andar en skate. Además de preguntarles porque van a la pregunta o van a un video en youtube, o van a la Wikipedia como vos decís, pero te quedaste corto. Tenés que estar en el escenario, ser vos un skater un día. Entonces, es eso lo que en Diseño II tratamos de potenciar con el programa para que ellos encuentren las oportunidades.

— *Es como sacar la escuela, el material de investigación de segunda mano e ir a buscar por el de primera mano. ¿Es eso?*

— Sí, exacto.

— *Es como que vos tenés que conseguir todo de primera mano porque es lo que menos sesgado está...*

Anexo 7. Entrevista a Silvia Oliva¹⁵

Pablo Medeot: —*Si te podrías presentar por tu nombre y apellido; título de grado, posgrado y cargo académico que desempeñas actualmente...*

Silvia Oliva: —Yo soy Silvia Oliva. Soy diseñadora industrial. Soy profesora titular en diseño Industrial 2B, que es cátedra de nivel tres en la carrera de Diseño Industrial en la Facultad de Arquitectura Urbanismo y Diseño; también soy adjunta en la cátedra de Historia II del diseño Industrial, que está en nivel dos y estoy en la codirección en una carrera de especialización de la enseñanza de la arquitectura y el diseño en la escuela de graduados. Soy investigadora categoría 4 de cecyt.

— *¿Qué entiendes por concepto de diseño? ¿Cómo lo definirías?*

— Concepto de diseño, yo diría que es un ítem un paso dentro del proceso de diseño como estructura metodológica. Dentro de eso nosotros podemos empezar como a abrir campos y podemos hablar de diseño conceptual o podemos hablar de producto conceptual o podemos hablar de diseño de conceptos también, que se trabaja mucho más a nivel de marketing o estrategias publicitarias. Es como que el término diseño engloba muchas categorías de lo que es la vida productiva y la vida cotidiana; y el término concepto también, en sí mismo, es bastante abarcativo de cosas, pero yo hablaría puntualmente de concepto para productos o productos con concepto de diseño. Y el concepto de diseño creo que es un plus, un valor que tiene a nivel de construcción creativa un producto material o también puede ser un producto intangible, pero que se vincula directamente con todo un mundo simbólico y de las construcciones culturales. O sea empieza a trabajar en niveles de discurso que tienen que ser interpretados y que tienen que estar dentro de códigos de convenciones culturales para que sea percibido por los usuarios o destinatario de estos productos.

— *¿Quiénes son los que trabajan en la formación del concepto de diseño?*

¹⁵ Silvia Oliva. Diseñadora industrial. Profesora titular en Diseño Industrial 2B y Profesora adjunta en la cátedra de Historia del diseño Industrial II de la FAUD, dependiente de la UNC. Codirectora de la carrera de especialización de la enseñanza de la arquitectura y el diseño en la escuela de graduados (UNC). Investigadora categoría 4 de la Cecyt (UNC).

—Y nosotros podríamos pensar por la formación que particularmente tenemos acá como profesionales -digamos hablando de Córdoba y hablando de Argentina- los diseñadores, qué bastante... y es muy común... que lo encaré el mismo diseñador. Es casi como que los diseñadores tuviéramos esa potestad: estar a cargo de ponerle concepto a nuestros productos o de diseñar a partir de un concepto; ahora en otras realidades productivas... porque tampoco, si nos posicionamos en nuestro país, no podríamos decir que hay un desarrollo, un trabajo o una concientización; o sea el mismo diseño está siempre como negociando insertarse en el medio productivo: se inserta de maneras más formales o menos formales. Y concepto, que no que no siempre es necesario, viene a ser un valor agregado dentro del mismo proceso de diseño. Entonces sí, en otras estructuras productivas, que podríamos encontrar en países con tecnologías más desarrollados o sistemas productivos más sentados -hablamos de Europa o Norteamérica o algunos países asiáticos, que están a nivel de primer mundo-, y ahí sí se trabaja en equipos; que por ahí sí, yo creo que sí es aceptado trabajarlo así. Por eso te digo, es como el concepto es como un tema que puede entrar dentro de la estructura metodológica de lo que es el proyecto, pero también puede ser trabajado -y generalmente es trabajado- entre varios departamentos de una empresa; para dar ejemplos de lo que es concepto, hay casos muy conocidos como el de Benetton, que en las décadas de los 80 y los 90 estuvo muy posicionada fabricando ropa. Ellos manejaban el concepto de la diversidad a través de... con el código... el elemento que permitió comunicar eso era el color. Eso estaba trabajado... ese nivel de concepto en los productos, estaba trabajando a nivel de estrategia publicitaria. Lo mismo que hace Nike por ejemplo con la zapatilla air. En su momento cuando aparece, para nosotros hoy es muy común ver las suelas con burbujas, pero en su momento, cuando aparece... o sea, en vez de tener goma ahora no tenemos nada: una cápsula de aire. El concepto de pisar sobre una burbuja de aire esta concretado en un producto de diseño que lo resuelve un diseñador industrial, pero el concepto está generado y está planteado desde una interdisciplina; para entender eso como una estrategia de venta, publicitaria y una estrategia de identificación de marca.

— *Eso es cuando vos decía de abarcar el concepto de diseño...*

— Exacto y se trabaja a nivel interdisciplinario. El diseñador lo puede trabajar dentro de su proceso proyectual y puede ser hasta una iniciativa propia en algunos casos. Ahora, cuando hablamos verdaderamente, el concepto, y lo ideal para mí y la forma donde más

tiene impacto, es cuando está trabajado interdisciplinariamente entre todos los departamentos o áreas involucradas en el desarrollo del producto.

— *Cuando tiene mayor alcance.*

— Claro y ahí cierra. Después tenés por ejemplo los famosos concept. Los concept car los trabajan los diseñadores con equipos ingenieros, pero a lo mejor se ensaya dentro del departamento de diseño donde, después, entran a jugar los otros departamentos; pero se desarrollan y se producen originalmente en los departamentos de diseño. Un concept como por ejemplo lo fue en su momento el Twingo. El Twingo es un autito que viene de un concept car, que es donde se ensayan ideas muy adelantadas, que después pueden llegar a ser traducidas en un producto adecuado. Entonces, por eso te digo, la idea es súper adelantada y a nivel de concepto, como innovación total o muy fuerte, se genera en el departamento de diseño y después un concept, que es compacto, chiquito a lo mejor con menos cantidad de ruedas y con una lógica de transporte y de uso puntual, y avanzada es el concepto; y después, cuando entra el marketing y todas las áreas, termina saliendo el Twingo, que es un vehículo que generó una innovación, que tomó muchos elementos del concept, pero que terminó en un mercado comercializado y funcionando rentablemente.

— *Entonces, lo que vos estás diciendo es que el diseño conceptual se, se juega con eso, se experimenta con eso para después dar lugar al desarrollo de algo más concreto... en ese sentido...*

— Yo te estaba diciendo que un... digamos... tenés los conceptos que se trabajan a nivel de la macroempresa, como te di los casos de Benetton y Nike; y después, conceptos que se trabajan mucho más enfocados y generados, y que están pensados desde los departamentos de diseño, como el caso de los concept cars. O algunas cosas como... hay un lavarropas, que no me voy a acordar ahora el nombre pero te lo podría rastrear y mandarte después el dato, que cambió el concepto de lavar la ropa: es un nuevo sistema de lavado; es un artefacto electrodoméstico que va a tu casa, pero que en vez de tener paletas o tambores que giran o cosas que mueven la ropa y sacan la suciedad; ellos observando -el equipo de diseño- cómo se lava a mano y cuál era el efecto en la ropa que mejor limpiaba, que era como apretarla y soltarla, generaron un sistema de lavado que es como una ampolla flexible donde vos metes adentro la ropa con el agua y el jabón y esa ampolla se infla y se aprieta. Es flexible, como si fuera un

globo y eso lava... entendés, entonces ahí te cambia el paradigma. Generalmente los conceptos de diseño, los nuevos conceptos, cambian un paradigma. Vos imagináte que de pisar suelo a pisar una burbuja de aire hay un cambio de paradigma.

— *Esto sería todo concepto de producto...*

— Y estos son conceptos de producto. El concepto ya está tratado a nivel de producto y ya la empresa lo puede usar como estrategia, pero es como ya del producto.

— *O viceversa... Por eso cuando te pregunté sobre cuántos actores intervenían, vos me mostraste que toda la empresa está actuando en todo esto...*

— Digamos... Nosotros estamos muy habituados a trabajar desde lo profesional en otras formas, en otras situaciones menos formales de lo que sí en las empresas se da. Entonces cuando no hay un departamento de diseño, o cuando se contrata, o se terciariza al profesional; el profesional trabaja (...) el concepto de diseño. Por ejemplo nosotros tenemos varios colegas que se han insertado en el medio productivo del campo, todo lo que es maquinaria agrícola, entonces los conceptos también se pueden insertar en cualquier rubro, en cualquier tipo de producto porque a veces puede haber un prejuicio o se piensa mucho, que el concepto está vinculado a una metáfora o a una cosa que tiene que ver con la estética, y no: un concepto, que como yo te decía, es una construcción abstracta, intelectual, involucra códigos de lo cultural porque si no nadie lo entiende: vos tenés que conocer previamente un lavarropa convencional para entender que se genera entonces un nuevo concepto: el lavarropas que ahora funciona con un globo adentro, con una cosa flexible. Y cuando vos vas a productos, que van a la función práctica, cómo es la maquinaria agrícola, puede ser que no pongas un concepto ahí, pero también sí y podés obtener nuevos productos. Y a lo mejor ahí el concepto está operando más en estas cuestiones de resoluciones técnicas y el impacto no es tan conocido por el usuario o destinatario, pero a la larga llega; porque cuando vos tenés una nueva cabina en la que podés ver no sólo hacia el frente sino hacia los laterales y hacia arriba y atrás; y eso está generado por un concepto... y bueno... vos te das cuenta que cambia radicalmente la operación que vos hacés en el uso. Los conceptos aportan mucho en lo que nosotros conocemos como fruición al producto, que es el disfrute del objeto en uso, en una definición breve: la fricción son todas estas sensaciones que te produce un objeto cuando vos lo usas, sensaciones placenteras (...) Estas cosas que nos producen un placer y que son tan domésticas. También muchas veces el concepto está

relacionado a... los conceptos generan muchas de estas situaciones de fruición donde vos, en el uso del objeto, tenés un placer extra a que la función se desempeñe bien. Entonces por ejemplo, yo de toda la botella que he destapado, de todas las tapitas, yo prefiero destapar una de Gatorade de la botellita de vidrio, que hace ese click porque tiene un vacío que produce su sonido y te da toda una sensación... eso que te dice la gente cuando te habla del olor del auto nuevo te sentás y te sentís... Bueno eso es la fruición (...) El concepto siempre colabora muchísimo en eso, siempre genera fruición. Un buen concepto en un producto genera fruición.

— *Claro conecta con el usuario de una forma que él no estaría consciente, en ese sentido...*

— Claro muchas veces pasan en el plano, pero te encanta. Me encanta escribir con esta lapicera porque bueno, tenés que ponerte a pensar porqué, pero te gusta. Por qué elegir una lapicera en vez de otra, y generalmente está atrás la fruición y es muy probable que haya sido generada por un concepto. El bolígrafo es un concepto al nivel desarrollo técnico y ni siquiera estamos hablando ahí de diseño en sí mismo, sino que es como un adelanto técnico, es un desarrollo técnico en realidad (...) es un desarrollo tecnológico pero que atrás tiene todo un compa concepto.

— (...) *¿Cuál sería para vos el rol que tiene el concepto de diseño?, ¿cuál sería el lugar que tiene? ¿Cuál sería la función?*

— Bueno, yo creo que hoy o sea hace rato, ya bastante; y si nos ponemos a pensar eso diría que prácticamente todo el siglo XX, lo que es satisfacer la función práctica, o sea el diseño Industrial como disciplina que resuelve problemas que satisfacen una función práctica, ya fue superado (...) y mucha cosa creativa que aparece y muchas cosas que sigue resolviendo, pero que ya digamos no supere la situación de la necesidad (...) Dónde está operando hoy en día el diseño: en toda esta plusvalía de construcción de sentido y de significado, y ahí están los conceptos; porque de nada me sirve hoy sacar una silla más al mercado: ¿cuál es la silla que se entiende hoy?, ¿cuál es la que llama la atención? La que viene atrás de un concepto. Por ejemplo, hay una silla que trabaja con la analogía de un vegetal que crece. Bueno, entonces, qué hace ahorra plástico, agrega valor estético porque tiene toda una forma: es como una pieza única que tiene como una trama, pero que no es regular, y cuando a vos te la presentan a la silla y te la promocionan, se dibuja como una plantita que crece y se empieza a completar y ahí a

vos te cierra todo. Vos ves la silla y decís: qué rara que es la silla, pero cuando ves el videíto que muestra que la silla crece como una planta y se llama vegetal, te encanta. ¿Por qué algo te encanta, por qué lo elegís? Porque tiene sentido, lo entendés. Cuando ves algo de otra cultura o cuándo (...) vos no comprendes el producto, ni siquiera operativamente... si vos no podés entender no te sirve, es más te molesta.

— *Claro por eso hacés mención de los códigos...*

— Claro. Porque el concepto, me preguntás qué rol tiene hoy en día en la disciplina, y yo creo que tiene un rol fundamental que le está dando sustento la disciplina. Porque la disciplina, originalmente en su rol de resolver los productos para la industria y dar soluciones prácticas a los usuarios, eso ya está... podríamos seguir fabricando las mismas sillas de 1920 y estaríamos muy bien: ¿Por qué seguimos un siglo después generando sillas diferentes? Porque tienen sentido en nuestras vidas, porque entonces tienen atrás un mensaje, porque tienen algo que es gracioso, porque tienen algo que me trae un recuerdo, porque hacen referencia a un novel cultural al que yo pertenezco o quiero pertenecer, etc.; porque tiene sentido. El objeto silla ya fue resuelto hace más de un siglo atrás, entonces, las nuevas sillas: ¿qué aportan? Nada, simplemente, distintos sentidos. El sentido se lo da el concepto, entonces tiene un rol fundamental en nuestra disciplina (...) ¿Por qué un producto que no te dice nada no funciona? Todos se esfuerzan, no solo a nivel de estrategia publicitaria, a nivel de valor de producto... y cuando vos comprás productos de hace un siglo es porque también te están diciendo algo. (...) hay muchas reediciones de productos de hace un siglo atrás: ¿Cómo se explica eso? Simplemente porque cobran sentido en nuestra época: porque son productos de diseño, porque fueron íconos de una época... entonces el sentido es lo que hace que hoy en día el diseño... o sea ningún producto que no aporta algo intangible a nivel de comunicación, no funciona como producto.

— *Claro, no establece un puente con el usuario (...) Ahora: ¿Cuál es la función del concepto para el diseñador en su proceso proyectual? Desde el lugar del estudiante: ¿Para qué me sirve usar concepto? ¿Para qué me sirve en mi proceso proyectual?*

— En realidad, si vamos a una cosa muy puntual y concreta, fundamentalmente sirve para generar ideas; porque es como también una etapa previa, o muy insipiente, de la generación de ideas; pero es complejo. No es difícil, en realidad, es complejo porque el concepto en sí es una idea global que va a ayudar a regir las ideas de búsqueda de

propuestas. Entonces, para el caso de Nike yo puedo decir: pisar como si estuviera flotando en el aire, ese es el concepto. Vos imagináte que buscar alternativas para una zapatilla con eso, es muy amplio; un calzado que me haga sentir que estoy flotando en el aire, entonces, se habrán ensayado un montón de alternativas hasta que aparece la suela con la burbuja. Pero si vos no tenés esa idea: ¿En qué sentido buscás? ¿Hacia dónde encaminás la búsqueda? Bueno, no es indispensable. Se pueden obtener productos de diseño sin concepto, vas a tener una búsqueda mucho más concreta o a lo mejor, enfocada a una solución puntual. Lo que por ahí sí te garantiza el concepto es este nivel de significado y sentido que tienen los nuevos productos, que hacen que gusten o que sean interesantes. Siempre es importante lo cultural porque, algo que te va a generar a vos gracia, algo que te va a generar una memoria emotiva, algo que te va a generar un sentido de pertenencia, está hablando de códigos que en esa cultura se van a entender, en esa comunidad. Hay códigos que son comunes para todos, sobre todo hoy en el mundo global, pero después lo que puede llegar a tener mucho sentido para un asiático en el caso este tan conocido de que ellos se sientan históricamente en el piso y nosotros nos sentamos a cincuenta centímetros del piso... ya desde ahí, todo lo que uno pueda llegar a pensar sobre un asiento, a nivel de concepto, cambia. Hoy en la sociedad global, todos conocemos y disfrutamos de una silla, pero en su momento, meter una silla a un asiático... ¿qué es esto? Ahí como no hay conocimiento previo no se produce, no hay sentido.

— *¿Puede ser que el concepto, según lo que vos me estás diciendo, sea como la porción de cultura del producto que está ahí?*

— Bueno, está muy lindo como vos lo dijiste, sí. Una porción de cultura, sí (...) Es una construcción con elementos culturales (...) Está totalmente ligado a la cultura, sí (...) Entonces para el diseñador, fundamental y concretamente, en eso, en orientar o en centrar, en direccionar la búsqueda de alternativas o la búsqueda de soluciones y en agregarle valor a la solución que va a obtener.

— *Entonces, ¿vos lo ves como un beneficio?*

— Sí.

— *¿Cómo se resuelve la bajada pedagógica sobre concepto de diseño?*

— Bueno, yo estoy en nivel tres, que nosotros tenemos cinco años de cursado, y es complejo. Concretamente es la primera vez, como casi que es un contenido en una primera aproximación que nosotros hacemos, y hacemos en el segundo cuatrimestre; porque concretamente, concepto se trabaja en cuarto año; por lo menos así lo tenemos planteado nosotros en la carrera. Por ahí al Cátedra A, en su propuesta, hace un fuerte acento en el concepto; nosotros no, le damos una primera aproximación y la bajada es difícil porque estamos hablando de elementos abstractos, de construcciones intelectuales, culturales, que encima, nosotros en nuestra disciplina, en nuestra carrera tenemos como una especie de vicio que tiene que ver con la invasión de lo visual: todo lo vemos, todo se termina configurando en una imagen, entonces trabajar con conceptos, siempre se cruza y se mezcla con lo que puede llegar a ser analogías o metáforas en el desarrollo de alternativas, que es otro tema. Esos son recursos en la búsqueda de alternativas, pero no dejan de ser otro tema, no es el concepto. Y eso por ahí, la metáfora y la analogía están mucho más a la mano, son recursos que los chicos han usado ya también previamente, a veces hasta en primero o segundo año, de manera más intuitiva o no, entonces, se mezcla.

— *¿Para vos el concepto se puede reducir solo a metáforas o analogías?*

— No, no es eso. Metáfora y analogía son recursos para la generación de ideas. Lo que pasa es que los chicos... los recursos de metáfora y analogía son mucho más accesibles y como es menos complejo, más fácil de usar; muchas veces los chicos confunden el concepto con eso, que ya han usado. Entonces es difícil ahí que ellos puedan ver la diferencia. Concepto es realmente un tema complejo.

— *Claro, las analogías y las metáforas serían recursos con el que se validaría el concepto. Son una herramienta más.*

— Sí son una herramienta que sí, vos la usás después o va terminar dialogando con el concepto o representándolo, pero no es el concepto yo puedo trabajar con una analogía sin poner atrás un concepto.

— *Vendrían a ser como la ramificación de ideas.*

— Claro. Hay unas mochilas de un estudio de Buenos Aires que tienen la forma como la lona de la BKF. Eso es una metáfora, una alusión a algo que ya existe, es un recurso gráfico casi. Un recurso de uso de la imagen: hago referencia a algo que ya existe, pero

no hay un concepto atrás de esa mochila. Sí hay un concepto atrás de otra mochila que tiene un tratamiento del material, un textil semi rígido que lo uso capaz como si fuera un quirquincho o un caparazón del bicho bolita, que incluso vos la podés doblar y usar como un bolsito o si la abrís, te la ponés en la espalada: ahí hay un concepto y también hay una analogía.

— *Es algo que se mete en todos los aspectos del producto.*

— Claro. Entonces ahí hay una analogía con el bicho bolita, pero se trabajó todo el concepto del caparazón. Ahora, en la otra no, hay simplemente una alusión a una imagen ya conocida (...) Es figurativo y tiene sentido, pero no es un concepto; quedó ahí nomás en la reproducción de una forma, en la copia o en la alusión, pero sin una construcción cultural que le dé un pleno sentido a eso. Entonces, esa diferencia es difícil de entender para el estado de madurez de los chicos de tercer año. Entonces, sí es un tema que abordamos, que lo vamos trabajando, lo instrumentamos, pero en realidad, se desarrolla en cuarto año.

— *Pero, ¿lo van viendo de a poco o lo ven de repente en un quiebre, en un punto?*

— No, nosotros les damos le damos una clase puntual en el segundo cuatrimestre y acá, en el taller, sale el tema; lo trabajan un poco más intuitivo por ahí... ahora están trabajando con comida... por ahí sale el concepto que ellos usan, la palabra concepto. No está instrumentado todavía a nivel de contenido.

— *Entonces (...) para vos, un concepto, se concreta como tal de acuerdo a su alcance en el diseño; por eso la mochila BKF, que es figurativa, que queda ahí, no es un concepto, porque no llega a más que eso (...) Tendría, también que llegar de una manera más cultural.*

— Exacto. Y con un discurso que trasciende al objeto. Porque eso es una mera referencia, lo otro... ¿Te acordás de aquello? Ah, no dice nada nuevo. El concepto dice algo totalmente nuevo siempre.

— *Y no se queda en lo figurativo o referencial, va más allá.*

— Siempre lo supera (...) Un concepto no se queda en lo figurativo, si no en realidad ya no es tal. Cuando quedó en lo figurativo, pudo tener un potencial para ser concepto, pero no lo es.

— *¿Cuál es tu estrategia para generar un concepto de diseño? ¿Cómo se genera? O la que le enseñas a los chicos también.*

— *¿Vos te referís a como yo lo instrumento en mi proceso de diseño?*

— *¿Cómo generás vos tus conceptos?*

— Me resulta difícil responder la pregunta porque siempre depende del proyecto. No todos los proyectos son iguales y hay proyectos que dan lugar a desarrollos conceptuales más importantes y en esos casos, es fundamental la etapa de... la información que uno tiene, lo que nosotros llamamos la etapa de investigación. La información que uno tiene del proyecto y del meta-proyecto, que es todo lo que está subyaciendo en relación al proyecto.

— *¿Vos te valés de toda esta información para realizar tu fase conceptual?*

— Fundamentalmente, por ahí es como tratar de responder... es como generar una buena pregunta el concepto. Tratar de responder una buena pregunta.

— *Una pregunta que te viene después de ver todo este meta-proyecto.*

— Claro. Porque vos tenés mucha información sobre lo conocido, lo que ya existió y lo que necesitamos; entonces, sobre eso, qué pregunta te hacés. Vos tenés todo el paquete de cosas, ahora te tenés que hacer una pregunta para responder para lograr una buena solución. Entonces, ahí generalmente, en el momento de hacer una pregunta a nivel de proyecto, como “la pregunta de tu proyecto”, ahí es donde aparece el concepto (...) Pero tiene que ver con... generalmente son preguntas casi existenciales, si lo podemos decir entre comillas. ¿Qué lugar va a tener este producto en la sociedad, en el usuario, en el entorno tecnológico? O ¿qué rol, qué va a aportar? Es una pregunta así de grande y en la forma en que vos te respondés eso, ahí te tira una primera línea para un concepto (...) Por ejemplo Benetton, yo no sé cómo lo hicieron, pero se me ocurre a mí pensar: ¿Cómo vamos a diferenciarnos para vender ropa cuando todo el mundo lo hace? ¿Qué le vamos a ofrecer a la gente? Esa pregunta: ¿Qué le vamos a vender, qué le vamos a ofrecer? Esa pregunta general, casi existencial en términos de proyecto: ¿Qué es lo que voy a hacer, qué es lo que va a cambiar mi producto? Que son preguntas muy grandes de responder, ahí entonces vos decís diversidad, éxito, aire, sueños... de ahí vos empezás a elaborar un concepto.

— *¿Por qué considerás que hay poco abordaje teórico sobre esta temática?*

— En general hay poco abordaje teórico de todo lo del diseño. Vas a ver que hay poco abordaje teórico de lo que es programa, de todo lo que es metodológico. Tenemos diseñadores, pasa que la disciplina en sí misma es profesionalista; es decir, se ocupa mucho del hacer. Los profesionales del diseño no estamos preparados para hablar, estamos preparados para hacer; si bien pensamos mucho. Entonces, cuando hay que decir las cosas, nosotros las decimos con nuestros productos. Eso es lo que hemos aprendido. Entonces, tenés teóricos del diseño, pero no es... vas a encontrar otras disciplinas, otros espacios donde la gente escribe mucho o hay mucho abordaje teórico porque son disciplinas netamente teóricas o tan técnicas que escriben todo. Y para mí, fundamentalmente tiene que ver con eso, con que la misma disciplina está muy vinculada al hacer. Igualmente y puntualmente, hablando de concepto, es lo que pienso. Tenés algunos teóricos que te hablan, pero directamente diseñamos los diseñadores. Yo creo que sí hace falta por ejemplo esto que estás haciendo vos como trabajo final, porque esa es otra cosa. Nosotros acá, en esta facultad, todavía no hemos abordado nunca un trabajo final teórico; entonces, ahí tenés una señal: ¿Por qué los alumnos no hacen teoría? ¿Por qué no hablan de concepto? Y porque los preparan para hacer productos o determinado tipo de gestiones; porque incluso hay trabajos de gestión, pero no teóricos. Entonces, esto sí me parece un paso interesante que sí, dentro de la formación, va a dar lugar a que las producciones teóricas se multipliquen. Los teóricos de diseño que nosotros tenemos, los más conocidos han sido espontáneamente gente muy reflexiva, que se han sentado a escribir (...) el mismo Raymond Lowe muy poco escribió y era un exitosísimo y prolifero diseñador. Phillippe Stark escribe, pero no hace teoría. Hacer teoría es también todo otro conocimiento. Uno puede escribir un artículo de una revista, pero hacer teoría es toda otra formación que no tenemos nosotros hasta ahora. Hay que hacerla de manera autodidacta después.

Anexo 8. Entrevista¹⁶ a Fernando Valdéz¹⁷

Pregunta: ¿Qué es "Concepto de Diseño" para vos o qué entiendes por ello?

Respuesta: Cuando hablamos de concepto de diseño, o concepto en Diseño industrial ocurren muchas cosas. Primero hay inquietud por no tener mucha precisión sobre lo que se va a hablar, y quizás esto tiene raíces en lo abstracto que abarca el tema y la necesidad de atarnos a lugares concretos, seguros y en lo posible predecibles.

Una representación abstracta de algo aún en ciernes es un desafío para el pensamiento.

Todo producto pasa por una etapa de concepción y allí se encuentran siempre el concepto y las ideas.

El concepto de diseño es el alma del objeto, el espíritu que define el ser propio del objeto que deja de ser una un objeto cualquiera. Su delimitación constituye el núcleo de sentido de un producto. Sus posteriores consecuencias son las ideas que lo representan y buscan materializarlo.

¿Cómo se genera un "Concepto de Diseño"?

En la generación de un “concepto de diseño”, se puede hablar de una instancia de búsqueda personal del diseñador durante el proceso de diseño.

¿Cuándo debe generarse en el proceso de diseño?

Dentro del proceso de diseño sería conveniente, desde el punto de vista pedagógico, ubicar la generación de conceptos una vez entendida la situación problemática que se investiga, a partir de la definición del tema y problema a solucionar.

¹⁶ En este caso, la entrevista se realizó mediante emails.

¹⁷ Fernando Valdéz. Diseñador Industrial. Docente de materias de Diseño Industrial en la UNC y en la UES 21.

*¿Quién lo genera?, el usuario, el brief, la empresa contratante o el mismo diseñador?
¿Qué actores actúan en su conformación?*

Entiendo que el concepto de diseño es planteado por alguno de los actores involucrado en el hecho propositivo. El cliente, el contratante o el diseñador tienen la oportunidad de plantear el concepto para diseñar. Sin embargo, el profesional de Diseño es el que debe dar la real dimensión de lo que se sugiere como concepto de diseño. Un cliente puede tener una idea completa y parcial de lo que es un concepto de diseño, por lo tanto, el profesional debe actuar de escucha y traductor de las intenciones que se le acercan. El contratante puede ir más lejos que un cliente sin embargo el diseñador deberá usar sus herramientas proyectuales para filtrar las reales pretensiones.

¿Dónde se manifiesta o expresa el "Concepto de Diseño"?

El concepto se expresa en las ideas que desatan las alternativas de solución que un diseñador puede plantear. En general un concepto está definido por palabras u oraciones que pueden llegar a confundirse en un listado o brief proporcionado al diseñador.

¿Por qué o para qué utilizamos un concepto de diseño en nuestro proceso proyectual?

Al principio un estudiante puede ensayar respuestas de diseño desde lo intuitivo, desde lo conocido desde la experiencia propia. Con el tiempo, y a través de la práctica es posible descubrir los espacios de reflexión necesarios para delimitar los espacios de planificación, los cuales permitirán sentar las bases concretas de la proposición. Allí el concepto será el puntapié inicial o la chispa que dispare la búsqueda de alternativas de solución.

¿Hay Diseño sin "Concepto"?

No creo que haya diseño sin concepto, Un producto sin concepto es un producto sin alma. Los procesos de diseño pueden ser variados en sus características o especificidades, sin embargo, entender la necesidad de contar con un concepto de base,

es suficiente para empezar a distinguir productos diseñados a conciencia, de aquellos que sólo se hacen para llenar góndolas.

¿Por qué crees que hay tan poco abordaje teórico de esta temática?

No hay suficiente desarrollo debido a lo maleable de la temática y lo poco claro de los límites de incumbencias en el mundo del diseño. Muchas veces las reflexiones teóricas de estos temas no se han desarrollado profundamente ya que tampoco hay demasiado estudio en temas más generales y específicos de la profesión y su enseñanza.

¿Cómo resolvés la bajada pedagógica de esto hacia los alumnos?

Mi trabajo se ve en la encrucijada de sofrenar los impulsos inconscientes de los estudiantes por plasmar sus ideas inmediatamente. La impaciencia por ver resultados y no prever resultados, nos exige poner pausa a las acciones de verificación. Para ello hay que trabajar mucho en la reflexión como acción previa a la acción de diseñar. La planificación es la herramienta de trabajo, el planteo de pautas generosas que nos permiten desarrollar condicionantes determinados y no determinados. Esto que después conocemos como programa de diseño es la estructura que sostiene la proposición de alternativas y variantes de diseño. Recorrer este camino en el programa de la materia de Diseño, me permite hablar de concepto, de ideas y de su consecuente verificación formal y tecnológica.

Últimas reflexiones e introspecciones personales del "Concepto de Diseño"(pueden ser experiencias vividas o anécdotas).

Reflexión, empatía y finalmente atrevimiento. Esas serían las palabras que definen mis impresiones sobre este tema. Ante la impaciencia por resolver, se me ocurre como contraparte la pausa. Una vez allí es necesario recurrir a la empatía, al ejercicio de ponerse en lugar del otro, buscando entender y obtener información significativa. Finalmente, ante el desafío, la entrega total, el atrevimiento, la respuesta activa ante una

situación entendida, internalizada y claramente delimitada en sus condicionantes y actores involucrados.

Anexo 9. Entrevista a Mario Ivetta¹⁸

Pablo Medeot: —Si te podrías presentar por tu nombre y apellido; título de grado, posgrado y cargo académico que desempeñás actualmente...

Mario Ivetta: —Yo me llamo Mario Ivetta. Soy Diseñador Industrial egresado de acá, de esta facultad [UNC]. Es más, egresé el primer día que se recibió alguien, me recibí yo. Fuimos cuatro (...) año 1995; lo cual no significa mucho, pero por lo menos son buenos recuerdos. Me imagino que no querés todo el curriculum así que voy directamente a lo que hago en este momento. En este momento -y por decisiones personales, de vida, de edad y todo lo demás-, soy solamente docente de esta casa (...) Soy profesor titular de Introducción al Diseño Industrial B, que es la materia troncal de primer año en el turno de la tarde (por eso es B) y antes había sido profesor titular, cuando no había dos turnos si no uno solo, todos los años 2000 fui titular de esa única cátedra, pero vamos ahora: titular de esa materia troncal de primer año y yo tengo cargo full time, es decir, estoy comprometido completamente con este lugar. Dentro de ese cargo full time, lo que hago es ser Director del Centro de Investigación que tiene (...) una gran cantidad de actividades; por ejemplo, hoy te permite ingresar a esta hora porque tenía una... había organizado una charla, que justamente les hablaba en este caso, principalmente, a los chicos de primer año, pero organizo seminarios, etc. Y son prácticamente, uno por semana en el año, una cosa, te digo, grande. Todos gratuitos, que eso también está bueno (...) Entonces, Director del Centro de Investigación (...) Y la tercer cosa: dirijo trabajos finales (...) En la Cátedra que se llama Diseño Industrial IV, que tiene un solo turno, yo ahí no soy docente; o sea, cumplo el rol docente, pero como carga anexa del full time, es decir: dirijo trabajos finales. Entonces, los trabajos finales que yo dirijo siempre tienen un componente como la investigación porque lo hago como extensión de este rol de... Además, y para terminar, esto de la investigación, tiene algún sentido, en mi caso, porque soy el Diseñador Industrial con la mayor categoría de investigación que te da la Secretaría de Ciencia y Técnica de la universidad, porque empecé a investigar en el año '97 que me dieron el lugar, y la verdad es que... Entonces bueno, un poco (...) exactamente. En todo caso, te diría eso: soy Director de un trabajo

¹⁸ Mario Ivetta. Diseñador Industrial. Profesor titular de Introducción al Diseño Industrial B, Diseño Industrial IV y Director del Centro de Investigación de la FAUD, dependiente de la UNC.

de investigación, también (...) son subsidiados por la Universidad Nacional. Vamos a las...

(...)

— *Su experiencia como profesor titular en Introducción al Diseño Industrial, lo pone como profesor titular de las materias troncales. Yo con este abordaje de investigación, voy a profesores que están en materias proyectuales, o sea que tienen que impartir sí o sí este conocimiento, que es el Concepto de Diseño que también es una situación bastante compleja (...) ¿Qué es Concepto de Diseño para vos? ¿Cómo lo definirías o qué entendés por él?*

— Me encanta. Lo lindo, cuando digo me encanta, te digo: ¿En qué sentido “me encanta”? Porque te voy a dar una respuesta muy personal, no absolutamente personal porque no nace de un repollo: uno aprende, toma, saca, toma prestado, etc. Sin embargo, de toda esa, llamémosle síntesis, que uno hace de los diferentes contenidos que uno dicta, entre ellos el Concepto de Diseño, yo tengo mi pequeña y sencilla construcción de esa noción que es el Concepto de Diseño. Entonces me alegra porque te voy a dar la mía (...) si no te mando al libro tal. Te digo: léete Ulrich que dice algo, léete... y así te puedo nombrar a varios autores. La verdad es que lo lindo es dar opiniones personales, me parece a mí. Entonces, lo primero que te diría sería que la palabra concepto es y está relacionada, pero es (...) está relacionada con la noción de idea, porque el concepto es una idea: está en el plano inmaterial de las ideas. Entonces, si vos me preguntás una definición, yo te diría: un concepto es una idea. Leyendo a un artista conceptualista de los años... muy principios de los años '60, Sol Levitt, un americano; este señor era un artista plástico, pero en un momento dado, en un pequeño giro de su historia artística personal (...) él como obra de arte presenta una frase y dice: la llama una idea, pero la obra consistía en la frase, “la idea de la idea”. El expone esa frase como una obra de arte. Lo interesante es que vos decías: “Ah bueno, pero las personas, los artistas que escriben frases se llaman literatos, o sea, son escritores (...) poetas”. No, no. Este no era un poeta era un [artista plástico] entonces, que dicho sea de paso, poeta o poesía quiere decir construir. Es loquísimo porque uno diría es escribir no construir: escribir también es construir (...) Entonces esta frase: “la idea de la idea”. En ese momento yo estaba, no en los '60 si no cuando yo leo esta frase (...) yo estaba justamente a cargo de esta materia en esta cátedra, que era única en aquel momento, y entonces empecé a exponer

que el concepto es una idea, pero es una idea más profunda todavía; o sea, que si se quiere, más inmaterial todavía y está por debajo de las ideas, es la idea de la idea, tomando de prestado o robándole si vos querés, pero al nombrarlo no lo plagio sino que lo nombro a este artista...

— *Claro es como que estaría en otro plano más profundo...*

— Más profundo. Es un plano más profundo de las ideas. Es una idea, pero a mí me gusta, más allá de que esté en un plano más profundo, esta noción de que es la idea de la idea. Entonces eso: ¿Cómo lo transmito yo en primer año? Yo lo transmito como... haciendo alusión a lo que en nuestra cultura judeo-cristiana, latinoamericana, etc.; nos han dicho que nosotros tenemos un cuerpo y un alma, después cuando uno profundiza o se mete en otras religiones, posiblemente diga otras cosas, pero esta noción común de que tenemos un cuerpo y un alma, yo la transmito [como] que los objetos también tienen un cuerpo y un alma. Y que el alma está constituida por las ideas dentro de las cuales hay unas, si se quiere más profundas, si se quiere que le dan origen a las otras que son las ideas de esas ideas, y que es el concepto. En definitiva, el concepto es una idea madre de otras ideas y que es la idea de la idea. Esta noción (...) o definición (...) bastante inmaterial, yo la acompaño con que, además de ser eso en esencia, no es más ni menos que un instrumento del proceso de diseño. Entonces, yo tomo al concepto como una noción muy profunda, muy seria, muy valiosa, pero que en términos de proyecto, no es más que una herramienta con la que hay que trabajar. No la pongo en ninguna categoría superior. No me parece que sea obligatorio que el concepto esté antes ni en tiempo, ni en calidad que otras etapas del proceso de diseño. Simplemente es una etapa más, una fase más de un recorrido por el que transitamos en la enseñamos a usar.

— *Claro y ahora que también tocaste el tema de proceso: ¿Cuál sería el rol que desempeñaría esta herramienta?*

Claro. Si tomamos la definición de la que estuve hablando, el rol sería: un rol de herramienta; vuelvo a decirte, ni más ni menos (...) ni la sobrestimemos, ni la subestimemos. Porque hay gente que dice: “Ah le hago un dibujito para que el profesor esté contento y ya está”. Y otros que dicen: “Si yo no tengo mi concepto no puedo seguir”. Me parece a mí que, en ese proceso, que seguramente vos lo estarás estudiando, que no es unívoco ni unilateral, ni es lineal necesariamente –aunque puede serlo-, sino que más bien es una vorágine auto... que se retroalimenta etc. (...) Esta noción del

término concepto cumple un rol fundamental; es decir, de fundamento: le da fundamento a las otras ideas. Por eso es una idea de una idea, porque te da fundamento. Lo que yo te decía recién, lo del alma, es porque yo, para hacerlo un poco fácil en primer año que se supone que vienen de un secundario y se conoce poco de la carrera, yo les digo que el concepto es el alma – o si no te gusta la palabra-, el espíritu de un objeto y que se va construyendo a lo largo del proceso (...) Entonces, esta noción que es el Concepto de Diseño en la etapa que se podría llamar: la etapa de conceptualización; viene a darle el alma y el espíritu. Es insuflarle la vida al proyecto. Lo que pasa es que así sonaría a que es la madre de todas las etapas y yo te digo: No tanto, es una herramienta más. Lo que pasa es que es profunda y es fundamental, pero no es más que las demás porque si... vos no podés, me parece a mí, conceptualizar si no has leído y estudiado, si no te has comprometido con un estudio previo, que lo podemos llamar, siguiendo a los autores que te gusten: investigación, análisis, esa etapa previa de estudio. [Se alimenta de la etapa previa] Se alimenta de eso. Entonces, será muy importante, pero (...) si no la alimentás con lo anterior, no vale de nada (...) Y si vos luego no producís ideas que ya son concretas, si bien las ideas son inmateriales pero ya son concretas, ya vos decís: “A ésto yo lo voy a... yo voy a suplantar esto con aquello... esto va tener tres partes y no dos como es lo que viene siendo”. Que ya son ideas –todavía no materializaste nada-, vos necesitás saber por qué va a tener tres partes en lugar de dos. El por qué te lo da el concepto (...) El concepto debiera responder “por qué”, o en todo caso al revés: los “por qué” se debieran contestar con conceptos.

— *¿Tiene como un carácter rector?*

— El carácter es de rector, sí.

— *Y yo te había preguntado si tiene carácter generador también.*

— Justamente. La noción de herramienta como yo la presento. Yo la presento como herramienta con dos caracteres: por un lado, de bajarle el enorme valor que mucha gente le da, que para mí es peligroso porque puede hacer que una persona que está trabajando en un proceso de diseño –sobre todo en primer año- (...) cuando se le da demasiado valor, para mí se podría cometer el error de construir un monstruo también, una cosa inalcanzable. Entonces yo prefiero decir que es una herramienta más, ni menos, tampoco le quitamos valor. Por eso la llamo herramienta. Y la segunda herramienta, por este otro carácter, por este segundo carácter que es el de producir diseño, de generar

ideas que luego se van a materializar en las propuestas y por lo tanto van a tener formas materiales, etc. Pero como herramienta, pero si no es herramienta de proyectación, si no es herramienta de generación de ideas, no tiene sentido. Es decir, es un mojón más en la ruta, en ese recorrido que uno está haciendo. Es importantísimo, es central, es profundo, pero depende de las etapas anteriores y, por lo tanto, entonces no es más que una etapa y si no se materializa, si no es materializado por las etapas siguientes, la verdad, no tiene sentido. ¿Por qué? Porque va a ser una linda exposición de una imagen, de una frase, de una palabra, de una noción, justamente de un concepto: a los conceptos vos los materializás o con una imagen o con palabras, frases o con el conjunto de ambas cosas o con... con imágenes te estoy diciendo imágenes quietas o imágenes cinéticas...

— *Todo lo que pueda comunicar.*

— Sí, exactamente. Todas las imágenes, cualquier forma que se pueda comunicar sirve para transmitir un concepto. Incluso actitudes: una actitud de una persona es un concepto. Es decir, vos inmediatamente interpretás... vos estás grabando esto, cualquier persona que escuche esto va a decir: “Este tipo está contento con lo que hace, le pone energía, no está aburrido, no le da lo mismo”.

— *Claro, comunica algo.*

— Comunica algo. Entonces, concepto también es actitud. El concepto es idea. Es idea madre de otras ideas. Y esas madres de las ideas pueden materializarse en figuras, más o menos abstractas o más o menos figurativas (...) quizás cambiemos esa palabra por imágenes figurativas o abstractas, en palabras, en conjunto de palabras y también expresiones como las (...) actitudes. Es decir, la actitud, por ejemplo, es un concepto: ¿Cómo materializás una actitud? Y sí... la materializás en una silla, pero la actitud en sí es una fuerza... ¿Cómo una fuerza? No sé... un motor: la fuerza es el concepto que genera un motor. Bueno, eso no sé, tendría que hacer un repaso por todo lo que dije, pero vos lo tenés grabado.

— *Bueno... pero lo que más o menos pude sacar es que el concepto de alma o esencia en el objeto, que creo que es cuando uno lo ve plasmado al diseño, que podría ser una persona ajena y para el diseñador, el concepto es una herramienta: es la conceptualización. Le permite dar fundamento a todas sus creaciones... Tiene esos dos lados también.*

— Así es... Y una cosita, exactamente como vos lo habías dicho (...) permitir para el diseñador y permitir al usuario o al espectador —al usuario en el caso del diseñador industrial que termina en un objeto que se usaría-; entonces, lo que quiero decir es que es una herramienta de trabajo y también una herramienta de comprensión y de identificación y de existencia. Es decir, debiera servir en el proceso de diseño y debiera servir en la utilización del objeto, se debiera poder captar y sentir como tal. Sería ese espíritu que está siendo usado proyectualmente durante un proceso, se debiera estar sintiendo cuando el tipo lo compra y se debiera estar sintiendo cuando el señor lo utiliza. Y cuando lo tiene en la mano; por supuesto, cuando lo tiene en la mano quizás esté en una actividad, entonces en ese momento está preocupado en que tiene que funcionar: aprieta y el botón y la cosa anda... Pero cuando se toma un café y lo mira y lo ve (...) ve su esencia, ese señor se va a sentir completo, integrado con ese objeto, se va a sentir identificado...

— *Claro, una interacción comunicativa bastante profunda.*

— Exactamente. Durante el proceso y debiera subsistir en la utilización y quizás en el desuso también; cuando uno lo mira y quizás lo cuelga y ya no se puede usar más porque necesita una energía que ya no se usa más: porque desapareció la pila o desapareció (...) y se cuelga ahí y debiera poderse interpretar (...) debiera ser el concepto: lo inmanente, el alma de un objeto. En la etapa proyectual como proyecto y en la etapa de vida del objeto debiera poder identificarse.

— *Entonces lo que vos me decís, lo que yo voy entendiendo también, mi concepto sobre esta conversación, es que el usuario lo ve como un concepto de diseño, lo ve como una esencia, un alma, un resultado, cuando [para] el diseñador es una herramienta. El diseñador debería ver más conceptualización. Eso es más o menos lo que pude inferir de lo que me decías.*

— Yo entiendo eso: que un usuario podría ver el concepto como el alma del proyecto y el diseñador lo podría tratar como el alma de proyecto...

— *Lo va construyendo.*

— Lo va construyendo, sí. Aunque sea inmaterial. Como una materia inmaterial sería, aunque suene contradictorio (...) las ideas. Es del universo de las ideas.

— *Y le quería preguntar: ¿Hay diseño sin concepto?*

— Yo creo que no. Es decir, a mí me parece que aunque una persona no sea consciente de algo, esa persona está viva y con eso suficiente para ser persona (...). Si yo opino eso de una persona que no es consciente de sí misma, que vos le podés preguntar: “¿Y vos qué sos? Y te dice un nombre... No, no, no; yo te pregunto...”. Te cambio el qué por quién: “¿Y vos quién sos? Y te dice el nombre. No, no, no; quiero decir, más profundamente. De qué me estás hablando”. Probablemente esa persona no sea consciente de que él es un ser vivo que se puede pensar a sí mismo. Bueno, esa persona tiene espíritu y si tiene espíritu que sea más o menos consciente, es secundario. Otro día será consciente, tomará consciencia o le pondrá otros nombres. Entonces me parece que la conceptualización, yo la puedo hacer más consiento o menos consciente, pero está. Y la segunda cosa, hasta ahí es como que te hablé de la persona constructora, llamale diseñador; hablemos del usuario. El usuario va a interpretar. Cuando él interprete, le va a poner un alma – si querés podemos usar alma o espíritu o concepto-, y le va a poner uno que puede coincidir, puede ser una variación del que vos le pusiste y también es legítimo. Es legítimo que uno interprete otra cosa. Perdón, obviamente te estoy hablando de mí; lo que no quiere decir que sea una ley.

— *Estamos en un terreno subjetivo.*

(...)

— *¿Qué actores participan en la conformación del Concepto de Diseño? Hay muchos tocados por los brief, los usuarios... Hay muchos actores o algunos siempre interpretan que es el mismo diseñador... ¿Cuál sería tu visión?*

— Yo tengo la sensación, aunque suene poco contundente la respuesta, pero es la que tengo, que es un conjunto (...) de actores. Si estamos hablando de actuar, va a haber actores. En ese elenco actoral, hay una infinidad de personas y circunstancias en las que se actúa; yo no... me parece a mí que el diseñador tiene un gran rol, pero no es el único rol... probablemente sea, quizás la palabra no sea muy exacta, el catalizador el vehiculizador, y que por supuesto, le impone su... le trata de imponer un espíritu, etc.; pero me parece que forma parte de un conjunto de circunstancias y de personas y de datos que maneja. Y entonces va y averigua. Entonces, concretamente, imaginemos a un diseñador (...) bueno, ese diseñador quizás lo hayan contratado o quizás tenga una

empresa personal, da lo mismo; tiene un proyecto entre manos. Bueno, se va a nutrir de una cantidad de datos de todo tipo: materiales, espirituales; y le están viviendo y entrando de manera hasta poco manejable. Es decir, él va a un lado y en el medio del camino se encuentra con una sorpresa y que le cambia la dirección de su proyecto, de su pensamiento. Entonces, a mí me gusta pensar que es un conjunto de fuerzas que un poco intervienen (...)

— *Vos considerás que son múltiples inputs pero que el diseñador es el movilizador de todo eso.*

— Sí. Me parece muy cercano a lo que decís vos. El... una especie de administrador si se quiere. La palabra... yo trataría, si la estuviera escribiendo, la dejaría en color y la cambiaría otro día, suena un poquito fea porque no parece creativa... Pero me parece que administra una cantidad de datos, energías, espíritus, cuestiones materiales e inmateriales; y en esa cantidad de acciones, es muy difícil darle un rol preponderante a una de esas características y acciones que la persona hace. Por supuesto que yo también soy un ser humano y por lo tanto tengo vanaglorias, egoísmos, sentimientos; pero a la hora de contestar una pregunta tal cual vos me la estás preguntando, te dio, me parece que somos [los diseñadores] un elemento dentro de un conjunto de acciones que hacer que un objeto luego exista y luego sea aprovechado por la gente. No me gusta mucho el rol de dios y de endiosador (...) si no, me parece que es un trabajo, que sí, por supuesto, es muy creativo, por eso lo de dios. Entonces, que se entiende por ahí, a veces, algunos diseñadores o artistas que para mí, se... superan la condición de ser humano y se endiosan, por decirlo así. Pero me parece que es un poco menos que eso, en el sentido de la autocrítica, de la autoconcepción de sí mismo; y a la vez, es más que un mero hacedor. Me parece que es alguien que está pensando, que está soñando y que sabe que eso que está pensando y soñando, algún día se puede materializar. Y cuando se materialice, va a permitir que otros sueñen, hagan, trabajen, subsistan; entonces, es importante (...) Me gusta tener como una noción de equilibrio entre que uno está comprometido con algo muy importante, pero a la vez, no está haciendo más que un trabajo. No me parece que sea más que un trabajo, pero a la vez, también, no me parece que uno porque no es más que un trabajo, lo vaya a hacer como quien hace un pocito sin valor.

— *Te voy a hacer una pregunta redundante: ¿Cuándo se genera? Que creo que ya la respondiste. Porque yo te pregunto, para la naturaleza de un objeto es qué, cómo, cuándo, por qué (...) ¿Cuándo se genera el concepto en el proceso? Igual, vos habías dicho algo de interactividad¹⁹, que era muy caótico todo...*

— Sí. No sería caótico porque tiene una connotación negativa. Me gusta más interactivo¹⁹, me gusta más así. Y si es caótico que lo sea. Porque digamos que podría ser caótico o podría ser de una gran iluminación y todo pacífico y todo ordenado; porque caótico o todo ordenado es como puede ser. De hecho, me imagino que vos tendrás experiencia y habrá momentos en que te sentís un gran diseñador con grandes ideas, y por momentos con una depresión que no sabés para dónde ir, y entonces me parece que involucra las dos cosas. Los dos negros y blancos y todos los grises del medio. Pero volviendo un poquito más a tu pregunta que sería...

— *¿Cuándo se generaría? Creo que vos ya me habías dicho de la investigación...*

— Acá te voy a contestar bastante intuitivamente, me parece que se genera, como cuando se puede generar. Es decir, me parece que surge en un momento dado al que uno no maneja por más esfuerzo que haga; aunque, por supuesto, mientras más esfuerzo hagas, es más probable que aparezca. Pero tampoco es más probable que aparezca, pero en principio sí. Me parece que habría que entregarse al trabajo con responsabilidad, con seriedad y también con humildad, y empezar a construir. Por eso yo te decía que a lo mejor uno debiera decir (...) el concepto es lo primero que voy a producir. Ah sí: ¿Con qué input? ¿Con qué dato? “No, pero yo soy un creativo”, podría decir yo; entonces, yo creo (...) Vos viste lo que quiere decir crear, es de la nada. Y de la nada es difícil: venís de algo y estás en algo. Entonces, me parece que se empieza a trabajar y se empieza a producir y va a ir apareciendo hasta que uno toma consciencia y puede ser que lo tuvo siempre al frente y no lo vio (...) Vuelvo a lo que dije al principio, me parece que es una etapa más de un proceso que se suele llamar proceso de diseño (...) al que no hay que sobrestimarlo ni subestimarle, hay que ponerlo como uno más; como una herramienta, si bien profunda, si bien reflexiva. Entonces, yo la reconozco como tal pero...

¹⁹ En la conversación se utiliza la palabra “iterativo” (y sus derivadas) que significa: “Que se repite o se ha repetido muchas veces”. Por el contexto, sin embargo, entendemos que la palabra que se quiso utilizar fue interactivo: “Acción, relación o influencia recíproca entre dos o más personas o cosas”.

— *En tu experiencia académica: ¿Cómo lograrás o cómo ves, cómo te arreglás para hacer esta bajada pedagógica a los chicos? Más en tu caso que son alumnos de primer año. Es bastante interesante eso. No sé si lo profundizás.*

— Para empezar (...) Profundizar mucho no, profundizar un poquito sí. Entonces, por ejemplo (...) muestro algunas obras del arte conceptual que se llamó así en su momento (...) es como que las ideas tienen ideas por debajo (...) Que un concepto es la idea de una idea.

— *Tienen una densidad comunicativa más grande.*

(...)

— Por ejemplo, el otro día mostré en un teórico, una obra de arte de (...) Christo (...) muestro obras de arte conceptuales (...) Les mostré varias obras de este señor que, dicho de manera muy sencilla, cubría objetos para mostrar la esencia de los objetos, el espíritu de los objetos. Qué cosa contradictoria: si vos querés mostrar algo no lo cubrís. Este señor cubría estas cosas para mostrar el alma o el espíritu de las cosas (...) Este señor cubrió un lugar del gobierno en Alemania, cubrió el puente más conocido de París, el Pont Neuf (...) con tela (...) Y casi ironizando les digo —en primer año estoy hablando—: “Miren a este señor”. Casi, casi diciendo: “Miren a este loco”. O sea, cubriendo con tela vinílica y sogas atándolas (...) ¿Para qué las cubre? Para verlo con otros ojos. Para ver el espíritu de las cosas. Para ver el concepto de las cosas.

— *Claro, lo mostrás porque busca lo que vos querés... lo que vos ves en el concepto. Comparten las visiones.*

— Claro, ver es (...) hay un librito muy famoso, El principito, que dice. “Lo esencial es invisible a los ojos”. Sería así. En definitiva, el concepto es invisible para los ojos, pero que está, está. Me parece a mí que es lo que mantiene vivo.

— *De todas estas cuestiones que son bastante filosóficas, con tu visión, yo te quería preguntar si había abordaje teórico sobre esta temática. Es una pregunta que trato de ratificar siempre, porque yo no he encontrado contenido muy específico.*

— Qué pregunta lindo porque yo, cada vez... Yo he recurrido y acá estás viendo. He recurrido al arte para referenciarlo (...) no quiero usar la palabra estertóreamente, pero he recurrido a la filosofía para tratar de interpretarlo; pero que quede clarito: no soy

filósofo; he leía a algunos. Entonces yo busco por ese lado, por el espíritu. Digamos, si un concepto es el espíritu de una cosa, probablemente un filósofo me puede contar algo sobre eso. Y un artista, probablemente me lo pueda materializar. La filosofía y el arte son dos fuentes de donde podemos, nosotros en esta disciplina que para mí es un conjunto de disciplinas filosóficas, técnicas y, en el medio, de todo tipo. Nos tenemos que nutrir de todo eso. Yo al final de un teórico (...) que probablemente sea el último del año, pero no es que no lo diga antes, si no, como último mensaje, yo pongo una foto de diferentes personitas, unos son artistas, otros son filósofo y abajo le pongo [la referencia] y digo: “Estos somos nosotros. El diseñador industrial es un conjunto de todas estas personitas”. Desde unos muy volátiles pensadores a unos hacedores. Y en un momento dado tenemos que lijar para hacer una maqueta.

— *Claro, una confluencia de disciplinas*

— De disciplinas... No estoy seguro, no te la puedo comparar con otra, pero de las más interdisciplinarias. O sea, de la que hay más interacción disciplinar. No me animo a decirte porque queda grabado (...) de las más interdisciplinarias de todas.

— *Claro, es por eso que también faltaría bibliografía específica sobre esta temática*

— Probablemente, pero yo creo que debe haberla. En este momento no la tengo muy presente. Debe haberla, acá tengo un hueco personal. Pero a mí me parece, que más allá que ahora no me acuerde (...) yo te podría asegurar que cada uno de las personas que han escrito sobre diseño industrial, te están diciendo de que por un lado sos un filósofo, por otro lado sos un mecánico cuando hacés la maqueta, y a la vez, cuando estás haciendo la maqueta sos un filósofo. Y cuando estás pensando también sos un mecánico. Y en el medio, todos los artistas. Somos una confluencia muy interesante de todas las disciplinas (...) Una de las disciplinas –si cabe el término– más interdisciplinarias que existen, probablemente.

— *El Concepto de Diseño: ¿Se diseña, para vos? Sería como una suerte de meta diseño.*

— Sí, yo creo que sí. Por supuesto que hay diseñadores y diseñadores. Algunos que pueden decírtelo, de ser consciente (...) lo hacen más o menos intuitivo, pero para mí sí. Hay una construcción del proceso, hay una autoconsciencia. La respuesta es sí.

— *Aparte, se alimenta con todo lo que dijiste.*

— Claro, de alguna manera te tendría que decir todo lo que te dije antes.

— *Paso a otra pregunta que es también un desmitificadora grande: ¿Generación de propuestas es lo mismo que generación de conceptos?*

— No. Imaginemos que podemos usar la palabra (...) alma (...) y que podemos usar la palabra cuerpos. Supongamos que existen estas dos nociones: un cuerpo y un alma. Un diseñador tiene que construir, ayudar, participar en construir, en generar un alma y también un cuerpo. Me parece que las dos se construyen, probablemente con técnicas diferentes, con materiales diferentes (...) pero las dos se construyen y en las dos tenemos que... en las dos hay técnicas que te las pueden enseñar o que vos podés proponer. Así que tanto la inmaterialidad como la materialidad de un objeto es construible y a las dos las podemos... yo diría, las debemos a las dos... después estará en qué medida y en qué no medida, depende mucho del historial de esos productos: si te contrataron para diseñar una mesa y cuántas mesas [hay] anteriores a vos. No podés decir: “Soy el creador de la mesa de cuatro patas”, eso ya existe. Ahí estás en medio de un proceso que ya empezó hace mucho. En otros casos lo podés estar empezando vos. Entonces, según el diseñador; hay diseñadores que son un poco más conceptuales y crean situaciones un poco más profundas y novedosas (...) y otros que se van un poquito más a lo material y yo no reniego de ninguno de los dos. Me parecen las dos, las acciones de una persona con sus limitaciones, exactamente como yo, con todas las limitaciones que te podés imaginar. Pero a la vez, con todo el vuelo que también puedo tener (...) Y se trata un poco del espíritu con el que te el otro (...) y en el caso del diseño, del espíritu con que te enfrentás al trabajo.

— *Una perspectiva bastante humana la que me mostrás.*

— Probablemente sea, termina uno pensando que esté cerca de un humanismo.

— *Más por este tema del cuerpo/alma (...)*

— A mí me parece que sí; que si las personas tenemos cuerpo y alma, o espíritu o el sinónimo que le quieras encontrar, los objetos también (...) Y a la vez, el diálogo entre el objeto y la persona que no es solamente la interface (...) si no también... yo no sé,

pero yo me imagino a personas... es como si no te quisiera confesar la cosa que yo hago, ¿no? Yo me imagino a personas que le pueden dar un beso a un objeto.

— *Claro, llegan a ese lazo.*

— (...) Te lo confieso y te lo dejo grabado: Yo le doy besos a objetos. Yo tengo autitos y que por ahí, a veces (...) les doy un beso (...) Tengo un perro (...) y le doy un beso al perro. Esa interacción con otros seres que no son humanos... apenas pueda le doy un beso a la chica. Darle un beso a una chica que suena tan normal, darle un beso a un objeto que suena un poquito raro, darle un beso a un perro que puede ser medio medio, a mí me parece que es bastante normal interactuar, intercambiar afecto. Y que una cosa que a lo mejor no tiene vida en el sentido biológico, tiene vida en otros sentidos. Y que un diseñador debiera dársela. Perdón, debiera ayudar a dársela. Es uno de tantos.

— *Esto va a ser sub-interpretado por el otro (...) También te quería preguntar [porque] estuve leyendo el programa de la materia, en la unidad n° 2, cuando [te referís] a la parte de la pos-investigación, ponés la noción de idea rectora, la idea de partido que es la visión de arquitectura. ¿Por qué esa y no la idea de conceptualización o concepto? Una curiosidad.*

— Sí, una curiosidad y yo mismo tampoco la sé (...) Yo escribí varios programas (...) porque estuve en varias materias y estuve (...) en algunos concursos (...) Y como toda cosa, no todo lo que escribo ha sido profundamente concebido por mí; ha sido a veces tomado, o en su momento tenía su valor, o se podía entender mejor. Entonces, esa idea la tomé, no es personal, no la (...) sentí profundamente. Veía que se usaba (...) acá era una carrera madre de otra. Madre, tampoco es hija diseño de arquitectura, pero pertenece a una...

— *Claro, pero salió mucho la duda porque en el caso de ustedes que están con los chicos de primer año [y que en esta instancia] aparezca idea partido de arquitectura y no concepto fue como algo que llamó mucho la atención.*

— De cualquier manera, vos sabés que (...) La respuesta te la voy a hacer mucho más simple (...) ahí como está escrita y como vos me lo contás, es verdad, estás haciendo una interpretación muy lógica; sin embargo, no está en mi espíritu haber escrito eso. Yo en mis teóricos transmito más la idea de concepto y de conceptualización que de partido; que ni sé si la nombré este año y ni siquiera, todo el año pasado (...) así que por

ahí puede ser un elemento residual del tiempo que fue escrito en su momento, que no lo revisé. Lo que pasa es que en el mundo creativo, proyectual, existe –no solamente el arquitecto-; porque es un término que tampoco es propiedad de la arquitectura (...) Es un vestigio de arquitectura en mi caso, pero no tiene el peso, que viendo el programa, tiene ahí. Porque ahora que lo decís, lo miro y digo: “Ah sí” (...) Ahora lo miro y te digo: “No tiene tanto peso como parece” (...) Me estás ayudando a mí, en este caso (...) a que yo revise eso porque me ha quedado (...) Era un lenguaje que lo tomé, era en una facultad que era de arquitectura, en un ámbito en el que yo me manejo bastante cómodamente, con arquitectos –mi mujer es arquitecta- (...) en todo caso, lo que tiene de lindo eso... tiene de feo que no coincide exactamente porque yo prefiero la conceptualización, pero lo que tiene de lindo es que no me peleo con los arquitectos, no reniego de ellos; al contrario, me encuentro con ellos acá muy a menudo. Por ejemplo, este centro está en un ala o en una zona donde hay muchas materias de arquitectura y me encuentro con docentes y me llevo bárbaro (...) no es solo personal, si no conceptualmente y a veces se liberan esos conceptos tanto como se puede usar una palabra que sea más de una disciplina que de otra, ¿no? Yo no tengo en ese sentido, tanto prejuicio.

— *Te quería hacer la última pregunta: ¿Qué reflexión tenés ante esto que está ocurriendo: que yo esté haciendo una investigación sobre Concepto de Diseño? ¿Vos creés que es algo que no va mucho?*

— La reflexión de esto, primero es un gran respeto y admiración (...) me encanta que una persona tenga fuerza, inteligencia, el espíritu, toda la integridad de la persona como para dedicarse a algo tan inmaterial; porque me parece que estamos hechos de gran parte de inmaterialidad o gran parte de espiritualidad para hacerlo más simple (...) el copyright de espiritualidad por ahí lo tienen las religiones (...) al concepto lo podemos tener cualquiera. Así es que me encanta lo que estás haciendo, me parece que... Me repetís bien la pregunta...

— *Te la resumo: ¿Creés que es útil este abordaje?*

— Me parece que es útil (...) profundo (...) necesario. Las personas religiosas [Y con esto] estoy diciendo: las personas que opinan que no solamente tienen un cuerpo si no también un alma (...) y que además van a algún lugar que se llama templo, pero puede tener formas más contundentes o menos contundentes, o más o menos identificables

como tal; me parece que esas personas son conscientes de sí mismas. Y una persona consciente de sí misma (...) me parece necesario porque es el respeto a sí mismo. Y que una persona consciente de sí misma, minutos más, minutos menos va a ser consciente de las demás personas, no puede ser que sea consciente solamente de sí mismo, no puede ser que un apersona sea tan egoísta como para decir: “Soy el único que existe”. Dentro de cinco minutos se va a dar cuenta que el otro también tiene alma, que el otro también tiene espíritu. Entonces, me parece que la construcción espiritual de una persona es parte natural del ser humano y me parece que la construcción espiritual de un objeto es parte natural del objeto. Lo único, que, en mi intuición personal, yo no le daría más valor ni a una ni a la otra. Ni a la persona ni a los objetos (...) cada uno puede tener su propia proporción.

— *Su armonía*

— Exactamente: su propia armonía. Y que armonía no es cincuenta/cincuenta, es su propia armonía. Porque armonía (...) suena a cincuenta/cincuenta, mitad y mitad (...) y no. Masa espiritual tiene algo material [Y viceversa] Cuando tenés hambre (...) hay bastante poco lugar para el espíritu. Alguna vez he escuchado a gente que se come a otra gente en momentos de vida o muerte y en ese momento yo creo que lo entendería. Es más, si yo estuviera ahí, trataría de comer y no ser comido, probablemente. En definitiva, me parece a mí que el ser humano trata de encontrar sus equilibrios entre lo inmaterial y lo material (...) cada uno construye su equilibrio entre la materialidad y la inmaterialidad para su propia vida y para su hacer, en el caso del diseño industrial, un equilibrio entre la materialidad y la inmaterialidad de sus objetos. Su propio equilibrio que podrá ser noventa y nueve/uno o uno en noventa y nueve, de tales o cuales cosas...

— *En lo que (...) en su ecosistema.*

— Está lindo lo del ecosistema.

— *Todo funciona.*

— (...) Te felicito (...)

Anexo 10. Entrevista a Daniel Cappelletti²⁰

Pablo Medeot: —Si te podrías presentar por tu nombre y apellido; título de grado, posgrado y cargo académico que desempeñás actualmente...

Daniel Cappelletti: —Actualmente, en gestión, soy vicedecano de la facultad; estoy terminando mi segundo periodo. Ya no hay reelección, lo que coincide también con mi jubilación (...) También soy Profesor Titular de las tesis de trabajo final y Profesor Titular de Diseño Industrial I, o sea, de segundo año. En ese [cargo] estoy en licencia por la gestión. En esta facultad, presidí por mucho tiempo la red de universidades públicas vinculadas al diseño en Latinoamérica. Fui miembro de incubadores de empresas de la universidad, de la FIDE: es de la Universidad, de la Tecnológica y de la Municipalidad de Córdoba (...) Con la red nos vinculamos institucionalmente entre pares, con el gobierno, con el Ministerio de Ciencia y Tecnología, y con el Ministerio de Producción (...) a nivel empresa: con Avec, con las cámaras...

—(...) Este trabajo se basa en el abordaje sobre las acepciones, que tienen en el área académica, sobre Concepto de Diseño: ¿Qué es para vos el Concepto de Diseño?, ¿Cómo lo entendés?

—Una definición. El concepto es una definición (...) Se confunde todo esto un poco con lo que es un *Concept*. Yo no sé si está bien dicho *Concept* porque, el *Concept* apela a tecnologías experimentales y trata después de innovar un poco, digamos. Yo no lo veo, ni siquiera bien como *concept*, por lo menos, los que se hacen acá adentro de la academia; porque generalmente el *Concept* apunta a productos como el auto o cosas... y siempre le dibujan ruedas. O sea que le ponen toda la tecnología, pero las ruedas siguen estando [Sigue estando el paradigma] Sí. Si vos hacés un *Concept* o querés innovar, digamos desde el diseño, no de la necesidad, si no desde el diseño (...) podés ir más lejos: pueden volar, pueden no tener ruedas, puede trasladarse de otra forma una persona o un grupo de personas, no necesariamente metidos en un habitáculo. Y el concepto, es otra cosa cuando uno trabaja con el diseño; es decir, concepto es cuando vos conocés a alguien o si vos conocés a alguien, generalmente, muchas veces te

²⁰ Daniel Cappelletti. Diseñador Industrial. Profesor Titular de las tesis de trabajo final, Profesor Titular de Diseño Industrial I y Vicedecano de la FAUD (UNC).

pregunta: “¿Qué concepto tenés? y das una definición acerca de la persona por lo que conocés. Y en función a eso vos trazás tus estrategias para...

—*¿Depende mucho la formación subjetiva de cada persona?*

—Y que estamos llenos de prejuicios. O sea, yo veo que el estudiante de diseño es muy prejuicioso. Hoy te lo digo, después de haber pasado muchos años en esta actividad: el que demanda es el que usa. El que demanda es el que te pone un poco las necesidades. Entonces, yo creo que todo esto se trata de entender el complejo sistema de necesidades al que hay que darle una respuesta proyectual; es decir (...) el diseñador es el responsable de interpretar el complejo sistema de necesidades del hombre para instrumentar las respuestas que los objetos les deben a los hombres.

—*En base a ese cierre, a mí me gustaría preguntarte si hay diseño sin concepto.*

—No porque el diseño se debe pensar antes evidentemente. No es un accidente visceral o que depende de la inspiración divina. Yo creo que vos hablás con el cliente, entendés la necesidad, entendés... no hay que diseñar para el que usa, hay que diseñar para el que usa pero también para el que produce. Entonces vos te tenés que meter en un equilibrio condicionado también. En la academia, en el claustro, los alumnos hacen todo, generalmente, para el que usa: ¿Y el que produce, qué pasa con él? Entonces hoy aparecen nuevos conceptos que antes no estaban. Por ejemplo, un concepto que aparece ahora, es el concepto de obsolescencia; hay que trabajarlo: ¿Cuándo se pone viejo esto? ¿Dentro de dos o tres años?, ¿puedo hacer una reposición? ¿Ya empiezo a pensar el nuevo modelo, la sustitución? (...) Yo desde el punto de vista del productor, tengo que pensar que tengo que seguir produciendo. Esta carrera nuestra, de diseño, está vinculada al consumo y a la producción. En las aulas por ahí hay mucho idealismo, en la vida no... nosotros consumimos. Eso también trastoca las ideologías. Yo creo que uno cuando está estudiando tiene ideologías, tiene pensamientos que después, cuando empieza a trabajar, los va modificando; y más si está en una producción como ésta (...) Desde que el hombre puso los pies sobre la tierra está demandando espacio y cosas para vivir; entonces, si esto es así (...) vivíamos en un ambiente cien por ciento natural y donde todo era gratis, ahora que vivimos en un ambiente cien por ciento artificial y nada es gratis y seguimos demandando cosas y objetos para vivir, no hay que preocuparse demasiado del diseño, no es necesario, es inevitable.

—*Y bajo este paradigma que decís vos: ¿Cómo ves el rol (...) del Concepto de Diseño en el proceso proyectual?*

—Me ayuda a definir el problema. Ese es el rol. Si yo no conozco, es difícil poder diseñar o que pueda dar una respuesta adecuada. Entonces, primero, para definir, necesito informarme, necesito indagar, necesito conocer. Es una primera fase en un proceso de diseño, cuando uno busca justificar, ubicarse en el problema (...) En definitiva, como te dije al principio (...) el concepto es una definición. Yo defino qué voy a hacer. Yo ante el problema nunca jamás agarro un sahumero y me pongo a delirar sin saber qué. Primero tengo que conocer (...) Y cuando conozco, puedo definir qué es lo que voy a hacer; ese, esa definición, esa cosa: ¿Qué concepto tengo de esto? (...) En función a eso, hago. Se confundió (...) el tema de concepto con los *Concept*, con una forma... es complejo entenderlo, pero no te olvides que estas carreras acá, nosotros las heredamos de países muy avanzados con respecto al nuestro y de un mundo con otras pautas culturales: vino de Europa, vino Alemania, vino de Italia, vino de todos esos lugares, de Suecia, donde... y acá no se conocía nada de eso. Y vino un diseño suntuario; cosas lindas, cosas que en apariencia no le mejoraron la calidad de vida de nadie, pero en la definición decía que el diseño mejoraba la calidad de vida, ¿no sé de quién? (...) Nosotros acá descubrimos otros tipos de nichos, donde el diseño puede anclar. Pero a partir de conceptos o de definiciones como por ejemplo, en el caso nuestro, la educación pública, esta universidad pública que se sustenta con la gente (...) Viene de afuera, viene de allá, viene de un lugar que... y nosotros descubrimos, a partir de una re-definición nuestra digamos, de este tipo de instituciones que se sustentan con la gente: esto existe porque la gente paga los impuestos, posibilita que nosotros estemos acá en una palabra...

—*¿Cuáles serían esos nichos?*

—Entonces imagínate que, si yo me pongo a diseñar autos acá y me pongo a hacer exprimidores de Stark... no sé en qué invierte la gente acá para que... entonces empezamos a descubrir el agro, empezamos a ver distintos espacios donde también se puede aportar con esta disciplina proyectual (...) Entonces, si yo voy a diseñar un implemento agrícola, si voy a diseñar un soporte o cosas para una comida o la industria alimenticia (...) o la industria del mueble o lo que fuere, y bueno, evidentemente tengo que ponerme a charlar con el que lo usa que me va a aportar datos, que me va a

demandar unciones, cosas; y en función a eso yo voy a proyectar. No sé si Stark pidió información para hacer el exprimidor, no creo. Ahí sí desarrollo una cosa más bien poética, después cuando... y el concepto habrá sido, qué se yo... la luna, andá a saber qué buscaba.

—*¿Ahí es donde decís vos que se difumina todo?*

—Claro. En cambio ahora es mucho más preciso, es mucho más... bueno, es lo que debe ser: una disciplina.

—*Claro, responde al contexto siempre.*

—Y sí. Lo veo en todas las demás universidades que integran la red por ejemplo. Donde (...) están trabajando lo regional, están trabajando los recursos de su zona.

—*¿Otras carreras?*

—Las otras facultades que hacen diseño. Entonces esto de laburar en red refuerza esta idea, este concepto que te estoy contando, que es... vamos a suponer que un chico que está acá que quiere hacer un trabajo de graduación relacionado a la viticultura; y bueno, como trabajo en red le digo: “Andá a Mendoza y hacé el trabajo final allá. Allá vas a tener mayor información que acá de eso” (...) O si hay alguien que quiere trabajar enmadera, lo mando a Resistencia o a Asunción y hacen el trabajo allá de búsqueda de información. Y bueno, estamos hablando de territorio, estamos hablando de... qué sé yo, de un montón de cosas. El objetivo cambió desde lo académico, por ejemplo, es para que puedas vivir dignamente de la profesión y además seas, por esto de universidad pública, solidario con el ambiente y con las personas. Yo no digo que no sean solidarios con el ambiente y con las personas los que estudian en una universidad no pública, pero no tienen a lo mejor el compromiso ese porque uno solventa el lugar; acá lo solventa la gente. Vos inclusive que vas a una universidad [no] pública, estás aportando para que esto exista; entonces, si yo me pongo a jugar al diseñador acá adentro, vos me decís: “estos están gastando (...) recursos. Para eso no, yo me pago lo que hago y me voy a estudiar (...) y hago lo que yo realmente quiero y está bien”. Nadie culpa a nadie de eso, eso es lo que yo quiero que quede claro. Es decir, el hecho de lo público acá fue lo que definió o cambió el paradigma (...) y dejamos de hacer ferraris o autitos y empezamos a trabajar en esos nichos nuevos que aparecieron como (...) el agro, la industria alimenticia: hay muchos chicos nuestros que trabajan en ARCOR (...) en otras

empresas (...) empezamos a darnos cuenta de que el mundo, desde que nos levantamos hasta que nos acostamos, está lleno de diseño, de cosas que produce la industria y que nosotros apropiamos para poder vivir.

—*Una industria más primaria hay acá con respecto a la manufacturera que venía...*

—Sí. Y variable. La industria nuestra está muy ligada al contexto: cambian las reglas del juego y cambia la industria (...) es una de las cosas que nunca se había analizado. Afortunadamente hace ya diez años que (...) uno empezó a diferenciar entre el entorno y el contexto —eso ya era del aprendizaje-; y bueno, no lo podés dejar de lado.

—*¿Cuál es la diferencia entre el entorno y el contexto?*

—Y el entorno es lo que me circunda, lo que me rodea, esto. Y el contexto es otra cosa que tiene que ver con lo político, con lo económico, con lo cultural, con lo social que va marcando; que rige las cosas, digamos (...) En el gobierno anterior se habían cerrado las importaciones; o sea, había que sustituir importaciones, el tipo que quería diseñar... Acá se abren las importaciones; o sea que ya no hay que sustituir eso, hay que proyectar otra cosa. El diseñador siempre estuvo sujeto a eso. En un país como el nuestro, que desde que está la carrera en Argentina, de la década del '60; o sea, estamos hablando de cuarenta y cincuenta años largos, hubo más de cincuenta presidentes, más de ciento veinte ministros de economía. Entonces, en ese contexto se hace muy difícil (...) Esa es una cosa para darle marco a todo esto que te estoy diciendo. Se hace difícil porque eso marca las reglas del juego.

—*Otra cosa que te quería consultar era: ¿Por qué el Concepto de Diseño es un tema... es un tema poco abordado el Concepto de Diseño, teóricamente?*

—No, a lo mejor no se dan cuenta, pero está...

—*¿Inconsciente?*

—Yo no le pondría tanta... lo que pasa es que (...) mucha gente que hizo (...) fortaleció su discurso con esta palabra, con el concepto (...) que estaba más relacionada a lo poético, a lo efímero que (...) para diseñar (...) necesitás información, necesitás datos. Esa información y eso datos vos los traducís en un concepto (...) es como cuando vos conocés a una persona: ¿Y qué tal es? ¿Qué concepto tenés? Es buena, es mala; es decir, de acuerdo a lo que vos conocés, eso. Yo no tengo nada formado porque no conozco a

nadie, no la conozco, entonces te pregunto a vos qué concepto tenés; y vos me contás, me das cualidades o defectos producto de lo que vos conocés de esa persona.

—*¿Eso se puede ir modificando?*

—Sí, se modifica porque se modifica el contexto (...) se abre todo: el dólar sube, el dólar baja acá y nos modifica todo. Las reglas del juego, te [las] pone el medio donde vos diseñás.

—*¿Y esto es lo que vos me decís es como se lo impartís a los chicos, pedagógicamente?*

—Claro, hablando así naturalmente. Es más, yo sugiero que lean el diario todos los días, es muy importante.

¿Cómo lo ves a los chicos con esta temática conceptual...

—Mal.

—*...en lo que es el trabajo final?*

—Ah, en trabajo final, bien. Pero ya maduró, ya pasaron muchas cosas.

—*Claro, vos estás en la última etapa ya.*

—Claro, pero a un chico que recién empieza, mal. Parece un tipo desinformado; o sea, o está informado parcialmente, únicamente lo que le gusta: música, qué sé yo, esas cosas. Pero no de lo que sucede (...) Probablemente porque también está... se agita mucho la desinformación (...) Hemos vivido en los últimos tiempos, medios que dicen una cosa y, simultáneamente, el otro dice otra cosa (...) diarios que informan una cosa y diarios que informan otra cosa: ¿Quién desinforma y quién informa? Bueno, entonces frente a esa situación, más de uno prefiere no darle bola y se ponen a hacer otra cosa (...) Eso jodió bastante y eso tiene que ver con el contexto: un gobierno te lleva por un lado, otro te lleva para el otro; o sea, vos veás dos campanas simultáneamente a la misma hora pero en canales diferentes por la televisión. Vos viviste esa época. ¿A quién creo? (...) Y empiezan las percepciones y vos decís: “Bueno, acá... listo...”; entonces trabajás en función a eso. Y ahí está la cosa, eso es.

—*Una dirección.*

—Es otra cosa (...) Capaz que el que te quiere meter en el discurso del concepto, te está hablando de un *Concept* y la innovación la demanda el que usa, no la impone el diseñador.

—*Por eso te preguntaba cómo hacías la bajada pedagógica porque muchos recurren a poner de ejemplo el concept, como decís vos, y capaz que ahí es donde el origen...*

—Bueno, si hacés un Concept... si hay una tecnología experimental, la podés utilizar porque es experimental, todavía no está en práctica; pero bueno, también buscá otras cosas o imagínate otro mundo (...) Pero un concepto es bien claro: esto, esto y esto; ese es el concepto que yo tengo en función a todo lo que coincidiese.

—*¿Una última reflexión con la que quiera cerrar sobre esta temática? Que me gusta mucho porque es muy arraigada al entorno, al contexto sería...*

—Sí, al contexto (...) Yo creo que la disciplina te va a cambiar muchísimo en un futuro; va a ser cada vez menos proyectual y más... va a ir más a la indagación, a la demanda (...) El diseñador es un tipo que tiene una mirada amplia, no es sesgada la mirada; el ingeniero ve únicamente lo que él puede resolver ahí, en cambio, el diseñador es como el gran actor de la cadena de valores, ¿no? Está en todos los sets, casi. Y se va metiendo cada vez más en eso y eso (...) ya va a demandar un día de un buen proyectista que va a ver y él va a poder gerenciar, dirigir. Hecho, que cuando te vas haciendo grande, vas conociendo un montón de tipos con habilidades diferentes y vos los vas armando en un equipo (...) Yo creo que hoy, frente a un problema, se mueve muy bien el diseñador porque busca enseguida: no le tiene miedo para nada a la interdisciplina. Eso es una cosa extraordinaria. El diseño con la interdisciplina se enriquece de una manera tremenda. Yo creo que es una disciplina que anda de costado o transversalmente a todas las demás. Por eso trabajamos en el área de salud: yo trabajo concretamente con el tema de bio-modelos y todo ese tipo de cosas; y yo medicina no sé, anatomía conozco muy poco, casi nada te diría. Pero si trabajo con un médico, bueno, él me va demandando y yo le voy respondiendo. Y no tengo tanto prejuicio como él que conoce. Por ahí le puedo dar una cosa medio loca como idea. Y bueno, en el agro pasa lo mismo: los chicos que hacen agro con implementos, yo los mando a la facultad de agronomía (...) yo no te puedo dar mejor información que ellos; yo hago el control de gestión del trabajo. Soy como el tipo que le pregunta lo que él no quiere que le pregunte, nada más; pero es para embocararlo, para seguirlo (...) interdisciplina.

Anexo 11. Entrevista²¹ a Gastón Luna²²

Pregunta: ¿Qué entiende por Concepto de Diseño?, ¿Cómo lo definiría?

Respuesta: A mi entender, el Concepto de Diseño abarca todo lo que influye directa o indirectamente en la actividad profesional de llevar una idea de producto a un producto de consumo, que una persona pueda adquirir y utilizar.

Pr: ¿Cómo se genera el Concepto de Diseño? ¿Quién lo genera y/o qué actores participan en su conformación?

Rta: El concepto de diseño se genera a partir de un deseo latente en el mercado. No hablo de necesidad, ya que las necesidades no se crean, pero sí de deseo, ya que el público desea cubrir sus necesidades de diferente manera. Una persona no necesita un automóvil. Desea un automóvil porque necesita moverse más rápido que a pie.

Luego, el profesional de diseño y/o la organización en la cual participa, traslada ese deseo a un concepto de diseño (que es algo subjetivo, cualitativo, volátil) para luego definir un objetivo de diseño (algo cuantificable, medible, tangible). Es decir, trasladan el deseo a algo que puede ser industrializable (sino no estaríamos hablando de diseño industrial).

Al hablar de Concepto de diseño y del objetivo incluyo a todos los actores que influyen en el proceso de transformar la idea a un producto final: el análisis del entorno interno y externo de la empresa, los costos fijos y variables, el precio de venta, la logística, la compra de insumos, la producción, la planificación de tareas, etc. etc. Elementos todos que no deben escapar al ámbito de acción del profesional de diseño.

Pr: ¿Considera que el Concepto de Diseño tiene/cumple una función en el Proceso de Diseño? ¿Cuál?

Rta: Considero que el concepto de diseño es la base inicial del proceso. Ya que el concepto de diseño se transforma en un objetivo a cumplir al desarrollar el proceso.

²¹ En este caso, la entrevista se realizó mediante emails.

²² Gastón Luna, Diseñador Industrial egresado de la FAUD, UNC en 2008; MBA egresado del ICDA – UCC en 2015. Actualmente se desempeña como Profesor Titular de Práctica Profesional de Diseño Industrial en la Universidad Siglo 21.

Ejemplo: La necesidad de la persona es tomar un café. El deseo, es lograr la mejor relación tiempo/sabor/costo para tomar un buen café. El profesional de diseño traducirá ese deseo en un concepto de diseño (una máquina que lo haga por la persona) y luego a un objetivo tangible para desarrollar un producto (Nespresso).

Pr: ¿Dónde se manifiesta o expresa el Concepto de Diseño?

Rta: En cualquier industria/profesión que desarrolle diseños y tenga fines de lucro.

Pr: ¿Hay Diseño sin Concepto?

Rta: No, no es posible ni deseable iniciar un diseño si no se cuenta con un elemento de entrada como es el concepto de diseño, ya que éste marca la base de qué es lo que se desea hacer.

Pr: ¿Cómo resuelve la “bajada pedagógica” sobre Concepto de Diseño?

Rta: Mostrando la complejidad del proceso de diseño, y relacionando dicha complejidad con la imposibilidad de trabajarla sin tener un concepto inicial claro.

Hacia el final de cualquier foro donde deba hablar del tema, terminaremos concluyendo que no es posible manejar la complejidad requerida para desarrollar un producto vendible si no se tiene un perfecto entendimiento del deseo a cubrir, del concepto de diseño que lo genera.

Pr: ¿Considera que hay poco abordaje teórico sobre Concepto de Diseño? ¿Cuál sería la causa?

Rta: Creo que el concepto de diseño se aborda en demasía desde un plano que yo llamaría metafórico o filosófico, y poco desde la realidad industrial en la cual el profesional de diseño deberá desempeñarse al finalizar sus estudios.

Considero que se evita incluir temas como costos, planificación, inversión, políticas de empresa, etc. por mero desconocimiento del tema, o por considerar que los mismos serían una forma de coartar la libertad de diseño del estudiante.

En mi visión, mientras más acotada por las pautas del mundo industrial real esté la actividad de diseño, más capacidad se exigirá al alumno. Es difícil ser “creativo” (término con el cual no estoy de acuerdo) cuando se colocan pautas duras sobre un

problema, pero quien logra salir adelante bajo esas condiciones será de seguro un profesional mejor preparado que el resto.

Anexo 12. Entrevista a Soledad Velázquez²³

Pablo Medeot: —¿En qué materias impartís enseñanza?

Soledad Velázquez: —Acá en la Siglo 21 estoy en Análisis del Producto del Diseño Industrial y en Morfología I y II. Y en Diseño de Indumentaria doy Diseño de Accesorios.

—En los programas de tus materias ¿tocás el tema de concepto de diseño?

—Sí, sí lo trabajo. Lo trabajo mucho en morfología II en donde hago hincapié en lo que es la parte de significación, entonces ahí trabajamos bastante con el concepto. En Diseño de accesorios siempre, porque la materia es de cuarto año, entonces ya la didáctica empieza desde los conceptos. En análisis por ahí no porque, en realidad, es el inicio del diseño. Entonces como que yo tengo que empezar a entender y a observar los objetos; cuando ya promediamos la materia ahí sí, vemos concepto sobre todo cuando hablamos de significación. Entonces el producto significa desde la función, las formas, desde la tecnología. Entonces no puedo no pensar en concepto porque ahí está dando un mensaje.

—Cuando vos enseñás a tus alumnos ¿les incorporás proceso, que esa etapa esté, sea necesaria?

—Sí seguro. Lo que si no hago hincapié porque me parece que ellos están como entendiendo qué es el diseño, qué es un objeto, cuáles son las partes; pero sí obviamente, es que no existe diseño sin concepto.

—Te me adelantaste. Esa pregunta siempre se la hago a todos y siempre se quedan pensando. Estela Moisset me decía que siempre hay pero que a veces puede ser inconsciente. Esa fue la que más me cerró.

—Seguro. A mí me encanta trabajar con lo que no es tan regulado, con lo que no trabaja la conciencia; es decir, con lo que no es pautado reglamentariamente. Sí, con el

²³ Soledad Velázquez. Arquitecta. Profesora de Diseño de Accesorios, Análisis del Producto del Diseño Industrial y Morfología I y II en la Universidad Siglo 21.

inconsciente; hay miles de cosas inconscientes y a veces uno las trabaja y las mete dentro del concepto.

— *¿Es diferente con el tema de la arquitectura?*

—No, es lo mismo. Lo que pasa es que las escalas son tan distintas y a veces es difícil pensarlo desde nosotros que somos diseñadores de escala media. Yo en arquitectura hago casas para créditos o sea que no superen los 75 m² y en donde tengo que tener tecnologías acordes a las del tipo que me la viene a comprar con un crédito hipotecario. Entonces muchas veces me cuesta trabajar con el concepto de decir: “quiero trabajar que parezca que está volando en el aire, la liviandad, la transparencia”. Cuando en realidad yo tengo que claramente trabajar una funcionalidad: tiene que tener dos dormitorios, tiene que ser de una tecnología accesible al tipo que la va a comprar; pero entonces ahí el concepto pasa a ser otro, no es que no esté, a lo mejor no es tan significativo o emocional, sino que mi prioridad ahí pasa a ser netamente funcional y hasta económica

— *¿Cómo fue tu acercamiento al diseño industrial?*

— Me recibí en el 2007 y ahí dejé mi currículum en un instituto que daba diseño industrial, para dar dibujo y para dar CAD; y con el plan primeros pasos me tomaron. Estuve esos meses ahí y después me tomaron efectiva. Era Aguas de la Cañada el instituto; ahí después conocimos al que era del tutor de la Siglo 21 que empezaba a Diseño Industrial y ahí ya nos vinimos para acá y me empecé a enganchar con diseño, y obviamente me encanta. Lo que pasa es que a mí me encanta el diseño de productos. Yo estudié arquitectura porque venía del interior y quería estudiar arte, mis viejos no me iban a mandar a estudiar eso, entonces me dijeron de buscar algo parecido. Entré en arquitectura porque en aquel momento Diseño Industrial empezaba también y casi no se conocía. Si yo hubiera sabido un poquito más de qué se trataba, hubiera entrado ahí. A mí me gusta la arquitectura, pero no es lo que quiero hacer; es más lo hago para sobrevivir. Y hago productos porque me gusta el diseño de productos. Pero me parece que tiene otra escala, otra llegada social, me parece que el producto es muy fuerte. Te marca culturalmente. La arquitectura también, pero son otras escalas. Es más difícil de acceder, es otra relación más fría. Es netamente funcional; en cambio el producto tiene como ciertas cosas. Vos te enamoras de un producto y te lo comprás, no es así con una casa. Una casa es un proceso mucho más largo y más difícil, y no es tan accesible.

— *¿Consideras que la pedagogía en el diseño es difícil?*

—No es difícil, pero sí tenés que tener sensibilidad para enseñar diseño. No puede enseñar cualquiera diseño.

— *¿No hace falta ser diseñador industrial y listo, ya te mandás a enseñar?*

—No, al contrario, a nosotros nos tendrían que enseñar a dar clases. Nosotros salimos de la facultad sin esas herramientas y eso es un error gravísimo, no todos los diseñadores, no todos los arquitectos servimos para educar. La educación tiene que tener otro ítem. Nosotros tendríamos que capacitarnos para poder llevar un aula. Esto está mal. Y no todo el mundo puede enseñar diseño, no es fácil; en el sentido que vos tenés que saber encaminar al alumno, enseñarle cosas tan abstractas como la sensibilidad frente a ciertas cosas, poder leer en las cosas que uno no lee cotidianamente. Vos decís: "che yo allá no veo tres vigas veo tres vacíos con manejo de sombras"; o sea es difícil esa mirada. Es una mirada mucho más abstracta. Tenés que enseñar a observar diferente y es difícil.

— *Y los profesores también aprenden de los alumnos en ese sentido*

—Sí totalmente. Yo en eso soy muy honesta y no me da vergüenza para nada. Y el aula también te lo pide; el pibe que viene hoy, a la mitad de las cosas que vos vas a dar ya las sabe. Entonces te tenés que poner pensar como la podés dar vuelta, cómo lo uso para otras nuevas cosas. Y yo en este sentido, soy totalmente humilde para decir: "che tal cosa, bueno, lo vemos buscamos". Yo aprendo todos los días.

— *¿Alguna reflexión tras todos estos años en la educación?*

—La reflexión en realidad va hacia cómo enseño. A mí me ha ido cambiando absolutamente la manera de enseñar. Mi caballito de batalla y mi motivación es la práctica cien por cien en el aula. Porque no hay aprendizaje como el adquirido a través de la experiencia. Muchas veces necesitás la clase magistral, dar ahí las pautas; pero si a todo eso no lo traslado a que lo probemos, a que los experimentemos, que lo ejercitemos, no sucede el conocimiento. Y las estructuras: odio las estructuras; es decir, no me interesan los bancos uno al lado del otro, no me interesan las pizarras.

— *Hablando de estructura, con relación al proceso de diseño ¿cuál es tu posición frente al concepto de diseño?*

—Y el proceso de diseño tiene ciertas estructuras que vos no podés ignorar: si vos no hacés investigación no sirve de nada, si vos no lo procesás, no generás la idea, no te sirve. No creo en el principio y un fin con un orden; muchas veces la idea surge de tener un determinado material y empezás desde el final. Yo creo que se retroalimenta. Para mí, el orden se puede invertir, pero no se pueden evitar los pasos porque si no, no hay proceso. Y si no hay proceso no hay producto.

— *¿Entonces esa secuenciación lineal sería más bien una estrategia para enseñárselo a los alumnos?*

—Para que ellos sepan que hay una receta en el sentido de que hay pasos inevitables. Ahora, cuándo se dan esos pasos: no, no hay un orden determinado. A veces empezás desde algo que ya está materializado y de ahí surge la idea con la que podés estudiar materiales, etcétera. El problema a veces no es cuando vos empezás: vos a lo mejor crees que tenés un problema de inicio y después surge otro problema. El problema siempre va a estar en el proceso, pero a lo mejor no es el que vos estás iniciando. A lo mejor inicia el proceso de diseño desde otro lado.

—*Yo te había preguntado por el proceso de diseño. Ahora te pregunto: ¿cómo manejas el tema de la creatividad? O sea tu proceso personal, ¿cuáles son sus técnicas si es que hay?*

—La creatividad es tan personal, pero siempre genero el clima para que suceda. Porque yo no puedo enseñarte la creatividad. No puedo enseñarte a ser creativo. Pero sí puedo armar un marco para que eso suceda. Desde algo tan simple como crear un clima.

— *¿Evitás los métodos estructurantes?*

—Sí, los odio. Lo que pasa es que conocerlos y entenderlos no está mal porque también te ayudan a conocerte, a organizarte. Porque muchas veces pasa que uno intuitivamente hace cosas. Yo docente he sido “intuitivamente”, pero haciendo la diplomatura vos te das cuenta que en realidad, vas ordenando todo eso que hacés de manera intuitiva. Y cuando vos lo tenés un poquito acomodando sabés mejor cómo moverte. A veces solo con la intuición no sabes a dónde vas a llegar y a veces, en un aula donde vos tenés que cumplir un trabajo práctico, presentar materias, evaluar; a veces está bueno hacerlo. Pero a mí de una, las estructuras no. Me gusta más que se vaya armando, que se vaya

explorando, pero si los años... me fueron... Esto lo hago por intuición, pero tiene un orden.... De alguna manera el orden está.

— *¿Te fuiste acostumbrando también a esa dicotomía de conflicto y estabilidad que hay siempre?*

—¿De qué, decís vos?

—*Con el tema del diseño, porque por un lado está muy flechado por el tema de las ingenierías, pero también tiene su parte artística —que es súper intuitivo—. Entonces es como que siempre se da un conflicto.*

—Hay un quiebre, pero eso es tan simple como que no hay comunicación. Porque si dos áreas se ponen a hablar y a ponerse de acuerdo, se puede perfectamente hacer una unión. A mí no me molesta, es más adoro las matemáticas porque en esa rigidez generan unas formas espectaculares. Entonces no es que no sirven, sino todo lo contrario. Por ejemplo, para hacer los cálculos para saber si una columna de soporte, de tal proposición, va a funcionar en mi proyecto. El tema es el matrimonio que se arma entre las áreas.

—*Te pregunto eso porque estamos en una época donde es todo muy ismo, es tu especialización como decía Bonsiepe. Entonces es como que el diseño va en contra de todo ese río. Es como que empieza a juntar varias áreas.*

—Imposible en diseño trabajar solo. No podrías, si vos no tenés a alguien... Esto que te estoy hablando... Tan simple como si saber si funciona la columna o se va a quebrar. Alguien que te haga un cálculo, alguien que te hable de materiales. Y un montón de cosas que no tenemos por qué saber. Eso es lo que también a veces planteo de las humildades de cada profesión: no tenemos por qué saber todo, pero sí tenemos que poder saber trabajar en equipo.

—*Una sana interdisciplinariedad.*

—Claro, entonces así sería mucho más rico. Mirá los grandes diseños de arquitectura que tienen por detrás un desarrollo de ingeniería alevoso, pero eso es porque logran juntar dos disciplinas.

— *¿Qué es el concepto de diseño para vos?*

—Y es el origen. Para mí es desde donde vos partís, ya sea claramente consciente o intuitivo. Es como la semilla, si no tenés eso no podés hacer nada más.

— *¿Sería también como una analogía del ADN?*

—Claro. Si nosotros también somos concepto: alguna vez un padre y una madre quisieron hacernos. Somos el ser. El concepto es la esencia claramente de lo que sea: una planta, un objeto, un ser humano, una casa...

—*Los alumnos de los primeros años, o de la mitad, o de los avanzados, ¿cuáles crees que asimilan más esa abstracción? ¿Vos consideras que se tiene que dar desde el comienzo y que se vaya masticando durante toda la carrera, o que se dé recién al último?*

—No, al último imposible. El alumno desde el inicio tiene que tratar de entender qué es el concepto. Porque si vos no tenés eso tu objeto está en la nada misma. Si vos no significás el objeto —el significado no tiene porqué ser conceptual o abstracto, el significado puede ser tan simple como que te ayude a comer, que te sirva para sentarte— no podés llegar a nada. Y después aparecen todas las demás cosas: la situación contextual, la necesidad, la economía, etc.

— *¿El concepto entonces se derivaría del problema o nacen paralelamente?*

—El concepto puede ser perfectamente un problema.

— *¿Cuáles fueron los enfoques que te influyeron en la temática conceptual? ¿Qué autores o experiencias?*

—Bueno la facultad, en arquitectura, hay una bajada conceptual importante, pero nosotros nos basamos mucho en la arquitectura internacional. En arquitectura nos llenan bastante la cabeza con el manejo del concepto. Lo que a mí me hizo el click en realidad es la materialización, la tecnología. A mí la tecnología me planteó el concepto desde otro lado más cercano, más palpable. En arquitectura vos veías concepto muy abstracto o de escala muy grande. Entrar a diseño industrial y ver que vos podías generar un objeto pequeñito con distintos materiales... El conocer la materialización —materia en sí como materia—, a mí me abrió las puertas para poder entender el concepto.

—*Claro, porque lo pudiste palpar, estaba a tu alcance.*

—Sí y después a mí se me abre entender... La función también es un concepto. Nosotros en arquitectura veíamos la funcionalidad y el concepto era esto... Eran cosas separadas y como muy abstractas. Hoy para mí el concepto no es abstracción, es claramente una idea que puede ser la misma materia o la misma necesidad. Porque antes... Los diseños conceptuales... Cuando buscas diseño conceptual es todo como muy loco, muy volado y a veces, el diseño conceptual es tan simple como resolver un problema. Cuando yo lo estudié eran dos cosas separadas. Pensar en función y pensar en concepto eran dos cosas distintas. Cuando empiezo a dar clases y me empiezo a meter con el diseño industrial para mí el concepto empezó a ser otra cosa; y a mí me abrió la cabeza la materialización. Pues empiezo a entender que la función también pesa sobre... Puede llegar a ser el centro, el concepto concreto de la ideación.

— *¿Cuáles son las estrategias que tenés en cuenta a la hora de transmitirle concepto a tus alumnos? Laboratorio me habías dicho, experimentación con los materiales....*

—O sea todo lo que sea exploración. Todo lo que sea trabajo y después situaciones de casos reales. También estoy utilizando mucho la salida como estrategia en donde los alumnos puedan ver claramente —en el contexto real de producción— cómo se trabaja tal material, qué formas se logran, cuál es el proceso industrial.

—*Como para que también se inspiren en eso.*

—Sí, sirve la salida. El año pasado también nos visitó una chica que es especialista en hormigón y nos dio una clase con muestras en donde los chicos pudieron experimentar el material, sacarse dudas... Esa es otra estrategia. Trabajo de talleres, salidas, charlas informativas, el estudio de caso.

— *Claro, no encerrarse en el papel que uno está dibujando.*

—Es sacarlos de papel. Cada vez me pasa que tengo menos cuadernos de clase, es como que hay mucho trabajo y a veces no... Y eso no está bueno tampoco, porque yo necesito el registro, porque si no vuela... Entonces a veces pasa que hay poco registro y mucha elaboración, mucho trabajo, mucho proceso, mucha salida... Y me parece que tendría que registrarse un poco más porque eso es lo que al alumno le queda. Como la bitácora.

—*Una reflexión que tengas sobre los alumnos de la Siglo 21 con el manejo del concepto, ¿consideras que lo asimilan?*

— A mí me parece que sí. Siempre digo que necesitan el tiempo de decantar todo lo que vienen viendo. Las materias semestrales es un tema complicado de las carreras porque no es el tiempo justo para que el alumno haga el proceso. Entonces a veces es como que nos quejamos y en realidad hay que pensar que un alumno del segundo semestre está recién en primer año. Entonces a mí me parece que ellos llegan a cuarto año y ahí están masticando; empiezan a entender y a vincular esos "paquetes" que venían arrastrando: comprenden que se unen la morfología, con la tecnología, con el diseño. Pero que ellos entiendan el concepto acá, sí lo entienden, lo manejan y lo pueden trasladar. Lo que pasa es que no es el problema el concepto, el problema es que ellos trasladen todo en esa unión y eso se ve recién al final, nosotros queremos que se dé antes.

—Porque en la Nacional vi que tienen muy estructurado y los alumnos de primer y segundo año no ven concepto, solo ven tecnología; lo ven todo como aparte. Entonces ellos tienen como otra filosofía, ellos trabajan concepto hacia el final de la carrera. Es como que te dan todas las herramientas y recién al final les dicen el porqué de todas esas herramientas. Por eso te lo pregunto a vos y me parece que está bueno que acá se arranque de entrada con el tema. Que le des el tiempo para procesarlo.

—Aparte vos estás diseñando un signo, estás diseñando un objeto que va a comunicar.

—Por eso esta falencia que vi en la nacional donde los alumnos no saben qué es concepto. Muy bien entrenados en materiales, muy bien entrenados en tecnología, pero...

—Y por qué no le haces estás entrevistas a algunos alumnos de acá. ¿Le hiciste la encuesta a algunos alumnos?

—Pero me iría de la población que tengo que son los profesores que dan clases en las materias troncales, porque ellos son los encargados de formar.

—Sí, por ahí podés hacer egresados.

—Un anexo...

Anexo 13. Modelo de guía de preguntas para la recolección de información sobre puesta en acción y/o realización de categorizaciones

Tabla 8. Guía de preguntas: Categorizaciones

Si entendemos el Concepto de Diseño como una construcción intelectual que posibilita y supone la definición, desarrollo y materialización de todo el proyecto; y que busca ser manifestada en la experiencia de interacción con el destinatario para así construir, como fin último, un vínculo con el usuario: ¿Cuál es el constructo que se ve reflejado en un vínculo de tu proyecto de diseño con su usuario (Idea rectora que dirigió el pensamiento creativo para satisfacer la necesidad)?

Si pensamos al Concepto, como un Metadiseño dentro del proceso de diseño: ¿Cómo fue evolucionando tu concepto de diseño hasta conformarse en lo que me dijiste en la primera pregunta?

¿Cómo ves la conformación del vínculo generado con tu usuario?, ¿Fue el representado en tu Concepto de Diseño? Demostrar cómo el Concepto se tiñe de funcionalidad pura y no sólo de emociones.

Podés darme ejemplos donde se tuvo que replantear el concepto de diseño o pulirlo aún más. Retornos iterativos a fases primigenias de ideas rectora generadas en la conformación de Concepto de Diseño. Cómo nunca se deja de conceptualizar. ¿Cómo fue evidenciado en tu proyecto esta conceptualización?

¿Cuáles fueron los indicios culturales clave que tuviste que ahondar en el desarrollo del proyecto?

¿Cómo es materializado el Concepto de Diseño, en tu proyecto, con el usuario? ¿Cómo forman el vínculo? ¿Cómo logró tu Concepto de Diseño, la materialización?

¿Tenés Moodboards? ¿Sketches? ¡Dámelos! Pero mejor si están ubicados entre cada

punto.

Experiencias de prueba y error constantes o críticos que incitaron a un replanteo conceptual.

¿Cuáles fueron (si existieron) los beneficios que el Concepto brindó en la fabricación y producción de la propuesta? Beneficios hacia los productores.

Anexo 14. Entrevista a José Domingo Luna²⁴

Pablo Medeot: — *Si entendemos el Concepto de Diseño como una construcción intelectual que posibilita y supone la definición, desarrollo y materialización de todo el proyecto; y que busca ser manifestada en la experiencia de interacción con el destinatario para así construir, como fin último, un vínculo con el usuario: ¿Cuál es el constructo que se ve reflejado en un vínculo de tu proyecto de diseño con su usuario (Idea rectora que dirigió el pensamiento creativo para satisfacer la necesidad)?*

José Domingo Luna: — El concepto nuestro fue Música Prima.

— *Si pensamos al Concepto, como un Metadiseño dentro del proceso de diseño: ¿Cómo fue evolucionando tu concepto de diseño hasta conformarse en lo que me dijiste en la primera pregunta?*

— Nosotros primero realizamos una investigación: hablamos con el usuario porque nuestra metodología fue diseño centrado en el usuario -es importante saber- y llegamos a la conclusión de lo que veníamos viendo, que necesitábamos algo que contenga todo lo que pueda darle todos los conocimientos al chico; pero solamente los conocimientos necesarios y la forma más simple posible para que le sea accesible y ahí salió: dar lo justo y necesario que sería Música prima.

— *¿Tuvo un replanteo, música prima, más adelante?*

— Hubo... no, en realidad hubo más atrás (...) en un momento se habló de comprimido, de que sea música comprimida, pero que por ahí lo que es comprimido hablaba de un tema tamaño, que nos dimos cuenta que no era relevante. O sea, nos llevaba a un tema de escala que no era importante ver, sino que, más que todo, se hablaba de lo esencial; no comprimir las cosas sino encontrar lo esencial, que son dos términos diferentes... fue más por ahí.

— *¿Hubo una evolución manifestada en Metadiseño?*

— Sí, hubo todo un moodboard y un brainstorming.

²⁴ José Domingo Luna. Diseñador Industrial.

— *¿Cómo ves la conformación del vínculo generado con tu usuario?, ¿Fue el representado en tu Concepto de Diseño? Demostrar cómo el Concepto se tiñe de funcionalidad pura y no sólo de emociones.*

— El vínculo por sobre todo busca ser funcional, ya que (...) como es un instrumento musical, [lo que se busca] es que tenga una comunicación súper directa de las notas, de cómo se usa. Es más el vínculo emocional. En un momento, quisimos al generar alternativas y llevarles a los chicos, quisimos ir para un lado más lúdico, que apunte al juguete y produjo una respuesta emocional negativa ya que parecía juguete, sobre todo en los años superiores de primaria y en eso volvimos a... Lo que les gustó más a los chicos fue algo meramente funcional, que se vean las ocho notas y que se vea como un instrumento

— *Claro, como que este concepto de «Prima» también vinculó en la funcionalidad y en la interfaz con el pibe...*

— Sí, va directo a la funcionalidad y no busca otra respuesta.

— *No te busca hacer más ruido que eso.*

— Claro.

— *Podés darme ejemplos donde se tuvo que replantear el concepto de diseño o pulirlo aún más. Retornos iterativos a fases primigenias de ideas rectora generadas en la conformación de Concepto de Diseño. Cómo nunca se deja de conceptualizar. ¿Cómo fue evidenciado en tu proyecto esta **conceptualización**?*

— ¿El método?... ¿El concepto?

— *Claro: ¿cómo se fue trabajando?, porque también al Concepto lo utilizaste de herramienta.*

— Sí, lo usamos siempre. Cuando tomamos una decisión, se buscaba cuál era lo mínimo que se podía con... del resultado que buscábamos, por ejemplo producir (...) ocho notas: cuál era la cantidad mínima de piezas, la forma más simple, todo lo mínimo para llegar a los resultados que buscábamos en las diferentes áreas de tecnología, de funcionalidad, de producción... por ejemplo se logró producir las ocho notas con una sola pieza y después [se] hicieron los agregados mínimos para que, cuando ese

instrumento se apoyase e la superficie que se tenía que apoyar, pudiese funcionar, llegando a un producto que tiene siete piezas cuando los otros productos similares tienen mucho más piezas.

— *¿Un ida y vuelta con el concepto?*

— Siempre. Siempre fue el punto... fue el... o sea, siempre que teníamos alguna duda, por ejemplo, en un momento quisimos agregar, además de las ocho notas, una pentatónica y dijimos: “para... esto: ¿está de acuerdo con nuestro concepto?”. No, no estaba de acuerdo porque no es lo mínimo e indispensable y es más, generaba problemas de diseño que nos iban hacer tener más piezas, que por ahí no eran necesarias; más tamaño, más volumen, confundir la lectura a los chicos, o sea que no era bueno para el proyecto. Y ahí todo ese filtro lo hicimos siguiendo el concepto, fue nuestro filtro sería.

— *¿Esa fue la única situación donde viste al Concepto... o sea se conceptualizó?*

— Se ve...No... A la hora de elegir, por ejemplo, las notas que iban, se eligieron ocho notas; buscamos la mínima cantidad posible. Bueno, como te dije, materiales posibles... de... en colores, mínima cantidad de colores posibles, terminó siendo de un color: monocromático... Se dio la opción después de agregar colores, pero como un extra porque algunos profesores lo planteaban, pero no viene de fábrica con colores extras... En el packaging se utilizó el mínimo material posible por una cuestión ecológica y hasta en el... se propuso, en el momento de la venta del producto: el producto consiste de un percutor y un instrumento, o sea de dos partes; de que el comprador puede comprar las dos partes por separado, cosa que si el chico pierda parte del instrumento, el gasto sea el mínimo posible, o sea que tenga que reponer justo lo que perdió, que no tenga que comprarse todo de vuelta.

— *Claro, es todo lo primordial.*

— Sí, es todo lo justo y necesario, en eso es muy... por eso es bastante despojado el diseño, no tiene firuletes extras ni nada.

— *Un ejemplo muy bueno de conceptualización en todas las esferas del producto.*

— Claro, bien minimalista en ese sentido.

— *¿Cuáles fueron los indicios culturales clave que tuviste que ahondar en el desarrollo del proyecto?*

— Los indicios culturales, básicamente, fue este tema también del entorno educativo, del entorno colegio. Eso que te decía de que se vea como un instrumento y no como un juguete, es algo que no nos dimos cuenta, que nos dimos cuenta por los chicos porque tuvimos constante feedback y es decir...

— *¿Ustedes buscaban que se vea como un juguete?*

— Nosotros, un día que les presentamos alternativas formales, les llevamos ocho alternativas a los chicos y tenemos dos lados: el lado lúdico, que se veía más como un juguete, tenía forma más curva, que por ahí el lado puramente instrumental, que eran iguales a un xilofón y a un (inentendible) muy parecidos. Y ahí nos dimos cuenta nosotros. Viste que por ahí, cuando no sabes mucho, como no sos el público al que apuntas, como personas de *veintipicos* de años diseñando para chico de 6 y 11 años; a la hora de llevarle, dijimos: “bueno le diseñamos algo parecido a lo que usan, juguetes”. Fuimos con eso y nos encontramos con la sorpresa, primero con chicos de sexto grado, que no les gustaba el juguete, porque ya están entrando en la adolescencia y no quieren saber nada con un juguete; preferían mil veces lo que era instrumento. Es más, hasta los pintamos de un color celeste bastante... y con muchos colores arriba y nos les gustó para nada. Tendían a algo mucho más limpio con respecto a colores y dijimos: “bueno, por ahí es cuestión de sexto grado”. Cuando fuimos a tercero, comprobamos lo mismo; les preguntamos, eligieron una alternativa que era parecida a un xilofón y les preguntamos: “¿Por qué?, dijeron porque tiene una lectura simple, están las notas, es un instrumento y listo”. Ahí te das cuenta como también los chicos buscan eso, como ya la exigencia intelectual de aprender música es bastante grande, incorporar conocimiento, acordarse las notas, acordarse cómo tocar las notas, si vos le agregas algo que está sobrecargado para que interpreten esa música, no les está ayudando. En cambio, es hacerle las cosas fáciles por eso lo mínimo e indispensable, le das lo que necesita, nada más.

— *¿Por eso es música prima?*

— Claro, por eso es música prima.

— *¿Cuál era el rango de usuario al que apuntabas?*

— Toda la escuela primaria, de seis a once; después nos dimos cuenta, de que dependiendo del colegio, porque hay un tema de accesibilidad, hay colegios que sólo pueden comprar un instrumento en toda la primaria por cuestiones de que *no les da* la plata a los padres. Hay colegios que pueden comprar dos o hasta más. En algunos, por ahí, podría ser bueno que usen el instrumento nuestro, que es muy simple en los primeros años y después pasen a la flauta dulce, sabiendo las notas y agregando un poco la complejidad, que tiene una flauta dulce que es más motricidad fina; pero en otros tranquilamente se podría usar durante todo el período.

— *¿Cómo es materializado el Concepto de Diseño en sus proyectos con el usuario? ¿Cómo firman el vínculo? ¿Cómo la materia prima se manifiesta en el vínculo con el chico? Que es más o menos lo que venias diciendo...*

— Claro, es eso, es directo, es...

— *¿Primordial?*

— Primordial, lo que hace falta nada más, así es. No hay... es más, buscamos que no haya funda de por medio, que se pueda meter directo en la mochila, que se agarre, que se lleve, que se caiga y no le pase nada; que funcione para lo que sirve y que el resto no moleste.

— *Claro, que no haga más ruido que ese.*

— Claro, no haga ruido

— *¿Tenés Moodboards? ¿Sketches? ¡Dámelos! Pero mejor si están ubicados entre cada punto.*

— Tuvimos... Moodboard no realizamos, no lo plasmamos en papel, buscamos muchas cosas relacionadas, pero nunca las concretamos en un moodboard. Realizamos mucha exploración con palabras para generar el Concepto, previo al Concepto, como para ver cómo manifestarlo, qué es lo que nos importaba y qué es lo que no. Lo de música prima llegó mucho de lo que es “primaria”, que es lo primario, es lo esencial. Si alguien tiene la educación primaria es la educación que te enseña a leer y escribir y con la que te podés mover más o menos en el mundo; después el secundario y el resto va agregando para darte más capacidades, iba por ese lado. Enseñanza musical obviamente es música, música prima, básicamente de ahí sale, fue eso, más que todo exploración de palabras,

de lo que es mezcla de palabras y cómo de palabras, que por ahí relacionadas con el tema, parecen que no se pueden conectar, se generan conexiones y generan un concepto que representa las ideas que tenés en la cabeza.

— *Experiencias de prueba y error constantes o críticos que incitaron a un replanteo conceptual. Esta es la cuestión de la enseñanza, la pedagogía que tuviste con la interacción con los profes.*

— Es eso... Nosotros a nivel proyecto, como siempre tenemos el enfoque de diseño centrado en el usuario, fue decir, bueno... nosotros, los más críticos de nuestro trabajo a diferencia de los trabajos anteriores de la facultad, que antes eran los profes, que siempre te están viendo el trabajo, que acá también nos hizo un seguimiento el profe, pero fueron los chicos. Hubo mucho énfasis en ir [a] ver cómo era la clase, sentarse, estuvimos sentados más de seis, siete clases de música [de] diferentes años, diferentes colegios. De qué empezó y terminó, relevar, hablar con los profes porque también son usuarios del instrumento por más que no lo usen. Hablar con los chicos, teniendo en cuenta lo que quieren y también cuando hablás con los profes, lo que necesitan, que esa son dos cosas muy distintas a veces... Después cuando generamos alternativas, ir y preguntarles qué les parecía, preguntarles a los profes de vuelta; y cuando terminamos, estamos cerrando el trabajo, ir con el prototipo lo más cercano posible y también decirles: “¿Qué les parece?”, para hacer los ajustes finales. Fue un contacto directo con el cliente, no es que hubo un intermediario, siempre que fue, puede ser un profe, o en un escenario real. Podría haber sido un empresario que nos decía: “hagan esto y esto”. Sino que era muy directo con el usuario, esa fue la idea: ir directo al que lo va a usar.

— *¿El feedback de los chicos también estimulaba una conceptualización más profunda, más trabajo?*

— Sí, te llevaba más trabajo y te daba cosas más aleatorias, por así decirlo; o sea lo que te decía antes, de que prefieren algo más simple los chicos. A mí me sorprendía, a cualquier adulto le sorprendió. Cuando vinimos con el profe y le dijimos: “mirá, prefieren esto que es muy simple; dijeron: ah mira vos”. Porque es donde vas a encontrar... yo creo que eso se nutre mucho cuando estás haciendo un diseño para un segmento sobre todo tan específico, que son los chicos y en la primaria... y que podés ir, tenés la suerte de poder ir. Lo que conviene ahí es dejar todos los prejuicios de lado, ir y ver qué dicen. Si bien cuando diseñamos, al principio tenemos algunos prejuicios y

cuando el chico te rompe el prejuicio, seguir en lo que te dijo el chico, no tildarte en lo que estabas antes. Es tener... o sea cuando vas a hacer esos choques en el sentido que vas con tus ideas al público, cuando choqués, tenés que salir para el lado que te mandan ellos, no volver para tu lado diciendo: “no, seguro que no me entendieron”. Tenés que seguir su rumbo, que es difícil, proyectualmente te plantea muchas idas y vueltas.

— *¿Cuáles fueron (si existieron) los beneficios que el Concepto brindó en la fabricación y producción de la propuesta? Beneficios hacia los productores.*

— Básicamente con esto que decía antes, de usar pocos materiales. Lo menos posible, lo justo para producir sonido. Brindó el beneficio de que el costo bajó radicalmente; o sea, es un producto que tiene un cuarto del precio de sus competencias y es lo que se buscaba. Parte de esa simpleza estaba esa accesibilidad, porque estaba hecho para chicos de colegio tanto público como privado, la accesibilidad era parte de lo que se necesitaba.

— *¿Un ejemplo concreto?*

— El costo de nuestro producto fue de aproximadamente de treinta pesos, dando un precio final estimado de \$86 pesos que podría tranquilamente redondearse a cien. Cuando un xilofón y un (ininteligible), son las competencias, están a \$400 y \$600 pesos respectivamente. Es impresionante cómo bajó, y pudiendo prestar la misma función, interpretando ocho notas.

Anexo 15. Entrevista a Casandra Lucía Huitacocha Plaza Olmos²⁵

Pablo Medeot: — Si entendemos el Concepto de Diseño como una construcción intelectual que posibilita y supone la definición, desarrollo y materialización de todo el proyecto; y que busca ser manifestada en la experiencia de interacción con el destinatario para así construir, como fin último, un vínculo con el usuario: ¿Cuál es el constructo que se ve reflejado en un vínculo de tu proyecto de diseño con su usuario (Idea rectora que dirigió el pensamiento creativo para satisfacer la necesidad)?

— Bueno básicamente, a la hora de presentar mi proyecto, me pregunté: ¿Qué era lo que necesitaba el usuario que había elegido? -que era el millennials-, entonces llegué a la conclusión de que necesitaban objetos que fuesen modulares y lúdicos; y estéticos también porque había una relación entre la joya y el usuario que era constante.

— *¿Esteticismo y modularismo millennials, podemos decir?*

— Sí, perfecto. Me parece muy bien.

— *Si pensamos al Concepto, como un Metadiseño dentro del proceso de diseño: ¿Cómo fue evolucionando tu concepto de diseño hasta conformarse en lo que me dijiste en la primera pregunta?*

— Bien, en realidad cuando empecé hice toda una investigación del usuario. Cuando hice toda la investigación empezaron a salir un montón de rasgos que tenía el mismo y el Concepto fue cambiando un poco y adaptándose a estas necesidades que los usuarios tenían, entonces como que se fue modificando de a poco.

— *¿Como que tu concepto lúdico no era el mismo el que ellos tenían?*

— Claro, el concepto que por ahí uno podía tener de lúdico no era el mismo que iba a tener este usuario, que tenía una cierta edad, unas ciertas características y además un espacio de lugar: un lugar donde habitaba, que era Córdoba.

²⁵ Casandra Lucía Huitacocha Plaza Olmos. Diseñadora Industrial.

— *¿Cómo ves la conformación del vínculo generado con tu usuario?, ¿Fue el representado en tu Concepto de Diseño? Demostrar cómo el Concepto se tiñe de funcionalidad pura y no sólo de emociones.*

— Bueno el concepto en realidad, al ser modular y lúdico era más que nada funcional; más allá que las joyas tienen una cuestión estética que hacen también que sean muy emocionales. O sea, la joya, al regalarse, genera algo en el usuario y eso lo encontré porque el usuario, justamente era... es una persona que necesita constantemente mostrarse, que le gusta que le regales cosas, le gusta comprar cosas; una persona muy consumista, pero observé por ejemplo, que cuando tenía una joya, la cuidaba, la mostraba, le generaba algo. Entonces, de lo funcional -de esto de lo lúdico de poder mover la joya, de transformarse y todo-, se convirtió en algo emocional. Fue mutando de lo funcional a lo emocional.

— *Podés darme ejemplos donde se tuvo que replantear el concepto de diseño o pulirlo aún más. Retornos iterativos a fases primigenias de ideas rectora generadas en la conformación de Concepto de Diseño. Cómo nunca se deja de conceptualizar. ¿Cómo fue evidenciado en tu proyecto esta **conceptualización**?*

— Muchas veces, a la hora de generar las propuestas de diseño, tuve que volver a la investigación. De la investigación también volver de nuevo al tema de lo que estaba haciendo, de las propuestas porque era más tangible por así decirlo y de lo que se iba generando; entonces al hacer eso, fue como una retroalimentación constante: de lo anterior de la investigación a lo nuevo y a la materialización directamente del Concepto que terminé siendo y del diseño que se terminó realizando. Fue una idea y una vuelta constantemente.

— *Claro, no fue lineal.*

— No, no fue lineal. Todo el tiempo fue recurriendo y volviendo al programa. O sea, si decimos el programa de diseño, fuimos volviendo a las etapas anteriores como para comprobar que lo que se estaba haciendo estaba correcto o no.

— *Claro, si el concepto te estaba ayudando en ese sentido.*

— Sí, si el Concepto acompaña o en realidad, el proyecto estaba siendo acompañado por el Concepto.

— *¿Cuáles fueron los indicios culturales clave, que tuviste que ahondar en el desarrollo del proyecto?*

— Bueno, en este caso fue encontrar el tema del usuario millennials. El usuario millennials, a nivel global, se lo considera a las personas que tienen veinticuatro años y treinta y tres, aproximadamente; y se considera que es una generación, que lamentablemente, es la nuestra también: coincide, somos nosotros entonces globalmente el usuario. Por ejemplo, tenía un montón de características que acá en Córdoba, en este contexto de Córdoba, no las tenían; entonces lo que hice fue hacer todo un análisis del usuario de Córdoba. Así hice como un montón, encontramos un montón de subculturas que se encontraban dentro del usuario millennials y eso fue como lo que después se aplicó, todo este conocimiento a la hora de hacer el proyecto.

— *¿Influyó en tu planteo conceptual?*

— Influyó bastante porque lo que yo creía que era lúdico para mí... por ejemplo, para mi usuario, que está bien... yo también era un usuario millennial... pero para el usuario millennials que yo escogí específicamente en la tesis, no lo era. Ayudó que fuese millennials, pero por otro lado no ayudó. Sesgó. Claro por un lado uno quería una cosa y cuando me iba a comprobar de nuevo esto, me voy y compruebo, no era.

— *¿Cómo es materializado el Concepto de Diseño, en tu proyecto, con el usuario? ¿Cómo forman el vínculo? ¿Cómo logró tu Concepto de Diseño, la materialización?*

— Bueno, a la hora de hacer esto, lo terminé materializando en el sentido de que hice un montón de pruebas y errores de los diseños. Y después se terminó materializando en el sentido de que... se hizo las maquetas, se hizo todo y el concepto terminó funcionando, siendo funcional a la hora de utilizarlo. ¿Te respondí más o menos la pregunta?

— *¿Tenés Moodboards? ¿Sketches? ¡Dámelos! Pero mejor si están ubicados entre cada punto.*

— Realicé moodboards en toda la investigación del usuario. Eso lo hice de cada usuario por ejemplo de... definí como siete tipos de usuario millennials y para eso hice toda una investigación. Y saqué fotos. Y después hice los moodboards de acá de Córdoba. Es todo en el contexto de acá.

— *Me habías dicho que no habías dibujado, que habías hecho más maqueteado.*

— Sí, no soy muy amiga del dibujo, entonces de esa manera lo que hago es hacer maquetas de estudio y después, bueno, voy comprobando si estas maquetas son... se adecuan a los requerimientos que yo estaba buscando también. Hice bastantes maquetas y mucha experimentación de materiales.

— *¿A lo largo de todo el proyecto?*

— A lo largo de todo el proyecto, o sea... en realidad en el comienzo no, porque hice la investigación; pero cuando ya partí de la parte como más proyectual, o sea, de empezar a hacerlo, sí hice muchas maquetas, varias.

— *Experiencias de prueba y error constantes o críticos que incitaron a un replanteo conceptual.*

— Eso, constantemente. Cuando hice justamente las maquetas estas, empecé... qué es lo que tenía bueno de tener estas maquetas, porque en realidad eran casi prototipos, porque yo trabajaba con plata en ese momento y con los materiales que iban a ser casi; o alpaca, por ejemplo y utilizaba los materiales que iban a ser. Yo hice unas pruebas con las personas -con estos usuarios millennials- y entonces tuve la oportunidad de decir: “Bueno, a ver, tocá el objeto, decime:¿qué te pasa?, ¿qué sentís?, ¿qué te pasa con ese objeto en particular?. O sea con esa joya en particular: ¿te genera algo?, ¿no te genera?”; bueno eso fue algo que sí... lo tuve que... prueba y error, prueba y error, prueba y error. Por ahí lo que a mí me parecía que estaba bárbaro, cuando hacíamos las pruebas, no era lo que resultaba; o sea, el resultado terminó siendo completamente (...) distinto a lo que yo creía o utilizando varios materiales.

— *¿Cuáles fueron (si existieron) los beneficios que el Concepto brindó en la fabricación y producción de la propuesta? Beneficios hacia los productores.*

—Bien, cuando hicimos, justamente esto se conecta con el punto anterior; porque cuando hice las pruebas estas *de prueba y error*, hicimos porque tenía un montón de gente que tenía que utilizar estas joyas. La idea fue dejárselas unas veinticuatro horas. Fue toda una locura porque yo decía: “bueno, esto puede pasar cualquier cosa”, pero bueno las usaron. Tuve como siete objetos de prueba, personas, sujetos de prueba que se llevaban los objetos; entonces los usaban y me decían cuáles eran las experiencias que estaban teniendo con estos objetos y después, fue como que, la cuestión ésta del concepto de lo modular -que yo había agarrado en un principio del diseño- me dijo: “no,

mirá, realmente para la fabricación no te conviene hacer”... había unas propuestas con unos cuenquitos, tenían varios materiales y todo. Y sorpresivamente cerró de que al usuario le pareció mucho más lúdico esta cuestión modular, que se podía mover además las joyas, que se podían transformar. Y terminó siendo en un material nada más, era solamente plata y eso me facilitó un montón y bueno, colaboró un montón con el tema de la fabricación del diseño. Terminó siendo mucho más simple, se usaron materiales... se utilizó un material que tiene un costo alto pero la forma de producirlo se hizo mucho más fácil, por así decirlo.



FORMULARIO DESCRIPTIVO DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACION

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR Y DIFUNDIR TESIS DE POSGRADO O GRADO A LA UNIVERIDAD SIGLO 21

Por la presente, autorizo a la Universidad Siglo21 a difundir en su página web o bien a través de su campus virtual mi trabajo de Tesis según los datos que detallo a continuación, a los fines que la misma pueda ser leída por los visitantes de dicha página web y/o el cuerpo docente y/o alumnos de la Institución:

Autor-tesista <i>(apellido/s y nombre/s completos)</i>	Medeot Reyes, Pablo Sebastián
DNI <i>(del autor-tesista)</i>	35162367
Título y subtítulo <i>(completos de la Tesis)</i>	Concepto de diseño: una construcción teórica integradora en el marco académico local
Correo electrónico <i>(del autor-tesista)</i>	pablo.medeot.reyes74@gmail.com
Unidad Académica <i>(donde se presentó la obra)</i>	Universidad Siglo 21
Datos de edición: <i>Lugar, editor, fecha e ISBN (para el caso de tesis ya publicadas), depósito en el Registro Nacional de Propiedad Intelectual y autorización de la Editorial (en el caso que corresponda).</i>	

Otorgo expreso consentimiento para que la copia electrónica de mi Tesis sea publicada en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21 según el siguiente detalle:

Texto completo de la Tesis <i>(Marcar SI/NO)</i>	SI
Publicación parcial <i>(Informar que capítulos se publicarán)</i>	

Otorgo expreso consentimiento para que la versión electrónica de este libro sea publicada en la en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21.

Lugar Fecha: _____

Firma autor-tesista

Aclaración autor-tesista

Esta Secretaría/Departamento de Grado/Posgrado de la Unidad Académica:
_____certifique la tesis
adjunta es la aprobada y registrada en esta dependencia.

Firma Autoridad

Aclaración Autoridad

Sello de la Secretaría/Departamento de Posgrado