

- La producción de un video de ocho minutos como registro del objetivo y el proceso desarrollado durante la intervención.

Conclusiones

- La construcción de comunidad mediante la integración de migrantes de diferentes regiones de país, campesinos y grupos étnicos variados en una misma publicación, permite el diálogo interno de la comunidad a través del reconocimiento de la diversidad y el respeto por las manifestaciones de cada colectivo.
- La sensibilización de los estudiantes ante las problemáticas sociales que padece nuestro país permite proponer la profesión del diseño como posibilidad para dar respuesta a algunas de las necesidades de la sociedad colombiana.
- Generar proyectos centrados en problemáticas reales, desde el punto de vista educativo, resulta más eficaz como herramienta de aprendizaje, se comparten y descubren conocimientos a través de la praxis.
- El desarrollo de proyectos académicos con alto contenido social permite una formación humanista de los futuros profesionales al comprender la comunicación como un acto humano en continua construcción y diálogo con el entorno.

Responsabilidad social del diseñador textil

Guadalupe de Agüero S.

Universidad Iberoamericana, Ciudad de México
mguadalupe.deaguero@uia.mx

Resumen

El objetivo principal de esta presentación es hacer una reflexión sobre la función social de los diseñadores textiles formados en una universidad jesuita, teniendo como punto de análisis

Nuestra identidad de centro educativo de la compañía de Jesús la realidad social y económica que vive la mayor parte de los mexicanos.

Palabras clave

Diseño textil, responsabilidad social, realidad social y económica identidad como centro educativo jesuita.

Introducción

Esta presentación pretende ser una reflexión sobre el compromiso social de los diseñadores textiles de la Universidad Iberoamericana en México. Tendré en cuenta dos puntos de partida: los desafíos que la realidad social y económica de nuestro país impone y la filosofía educativa de las universidades Jesuitas.

Las preguntas que surgen son: ¿Cuál es la responsabilidad social del diseñador textil mexicano egresado de la UIA? ¿Cuál debe de ser el enfoque de nuestra licenciatura ante estos dos puntos de partida? ¿Cuál debe de ser nuestra postura como formadores de las nuevas generaciones de diseñadores?

Desarrollo

Con base en el proceso de globalización, y los cambios generados por los avances de la tecnología, en nuestro país, conviven sociedades que están en el siglo XIX con sociedades del siglo XXI y la universidad Iberoamericana participa del reto que esto significa.

Para Susana Reguillo Cruz especialista en los colectivos juveniles latinoamericanos hay distintas formas de ser

joven hoy, hay jóvenes privilegiados, jóvenes en situación de exclusión y jóvenes en situación de muerte social. Ser un joven privilegiado para Reguillo significa: “para los jóvenes privilegiados, ser joven significa, de manera inédita en la historia, un acceso a un capital simbólico de ideas y de materiales que se han acumulado a lo largo de la historia”¹⁴⁸. El grupo de jóvenes favorecidos por el sistema neoliberal pasa a formar parte de la élite de nuestros países, siendo beneficiados por la educación superior, títulos dobles, estudios en el extranjero, teniendo una movilidad social y profesional a lo largo y ancho del planeta.

Nuestros alumnos forman parte de esos jóvenes privilegiados y es nuestra responsabilidad como maestros, y de ellos como futuros diseñadores, ser generadores de cuestionamientos, actitudes y acciones de cambio para la construcción de un México que ofrezca oportunidades para todos.

Como dicen los documentos de AUSJAL, nuestras universidades se encuentran en una peligrosa ambigüedad: “llevamos décadas formando profesionales generalmente exitosos en sociedades fracasadas y cada vez más deshumanizadas. Nuestros egresados ocupan puestos de alta responsabilidad en las empresas privadas y en actividades gubernamentales. Sin caer en acusaciones panfleteras debemos sin embargo, preguntarnos sobre las causas de esa disparidad entre el éxito individual de muchos de nuestros egresados y el naufragio de nuestras sociedades.”¹⁴⁹

Es por esto que nuestro quehacer académico se nutre de tres aspectos: nuestra identidad de inspiración cristiana, el carácter de centro educativo de la compañía de Jesús y nuestra condición de universidad latinoamericana enfrentada a la realidad actual de nuestros países.

Como dice le P. Kolvenbach: “Los valores para que sean realmente propios deben estar anclados en la “cabeza”, en el “corazón” y en las manos”. Convicción, afecto y acción combinados. Este triple anclaje de los valores es parte fundamental de la pedagogía ignaciana. Por eso en el área de la conciencia social “deberíamos exigir a nuestros alumnos que usen la opción por los pobres como un criterio, de forma que nunca tomen una decisión importante sin pensar antes lo que ella afecta a los que ocupan el último lugar en la sociedad”¹⁵⁰

A partir de esto, tenemos dos grandes retos como académicos de la UIA, uno es cubrir los requerimientos de la realidad social de México y segundo el del campo profesional,

poniendo un gran énfasis en la formación de competencias profesionales, sin dejar a un lado la formación de actitudes desde la plataforma de especialización profesional de cada uno de nuestros egresados, como parte de una formación que transmita los valores del modelo educativo jesuita, generando una formación integral que permita desarrollar en ellos un conjunto de competencias que aseguren su grado de excelencia profesional así como la función social como conformadores de un México de igualdad, de posibilidades y justicia para todos.

Los dos grandes sectores donde se integran a trabajar nuestras egresadas son la industria textil y del vestido.

Estos dos sectores en México ha sido un campo de trabajo en donde el respeto a los valores humanos no siempre han estado presentes (condiciones de trabajo, sueldos, relaciones humanas entre otras); convirtiéndose éste en un espacio no sólo para que nuestras egresadas aporten soluciones y propuestas innovadoras de diseño textil y de la moda, así como para que participen y promuevan actitudes de cambio en las áreas antes mencionadas que generarán acciones y posibiliten el cambio en las condiciones laborales de los obreros y empleados que forman parte de los equipos de trabajo de estas empresas y de esa manera no solo sean partícipes de la innovación textil y de la moda, sino que sean generadores de cambios sociales que se verán traducidos en condiciones de vida más humana y la conformación de un México más justo que genere oportunidades para todos.

Otra de nuestras grandes realidades es el sector artesanal, específicamente los artesanos del textil de nuestro país, en el cual participa una gran parte de nuestra comunidades indígenas, las cuales tienen las técnicas y habilidades para desarrollar un trabajo artesanal de excelencia como son bordado y tejido por mencionar algunos, sin embargo no obtienen las retribuciones económicas que permitan mejores condiciones de vida a las que se encuentran en la mayoría de los casos es de pobreza extrema.

Las aportaciones que podrían tener nuestras egresadas en este sector sería de gran valor aportando innovación de productos, canales de comercialización más justos, mejora de materiales y procesos, de teñido, hilado, tejido, bordado, estampado, conservando y respetando la riqueza cultural y tradiciones, pero generando mejoras en sus productos que se vería traducidas en un incremento de su ingreso económico y por consiguiente una mejoría de condiciones de vida, igualdad y justicia.

Dentro de este contexto de globalización, los fenómenos de la moda y las tendencias no son ajenos a ello, y el ámbito del diseñador textil se vincula a resolver necesidades dadas y/o “creadas” de sectores generalmente favorecidos

1 Susana Reguillo Cruz http://www.me.gov.ar/monitor/nro6/juv_y_viole.htm 13/05/2009

2 Desafíos de América Latina y propuestas Educativas AUSJAL p38, editorial SEUIA-ITESO, 1995, México.

3 Desafíos de América Latina y propuestas Educativas AUSJAL p50, editorial SEUIA-ITESO, 1995, México.

económicamente. Este fenómeno incluye obviamente a nuestras alumnas y, porque no decirlo, de algunos sectores de maestros debido a la fuerza de valores adquiridos que genera el formar parte de este medio como serían valores estéticos como belleza, elegancia, prestigio, valores sociales como pertenencia a una élite social, fama y presencia en los medios, entre otros. Esta presión o tendencia hace que nos olvidemos o desvinculemos en la mayoría de los casos de la realidad social y económica de la mayoría de habitantes de nuestro país. Creo entonces necesitamos buscar esquemas que expresen nuevos valores y abran espacios a la posibilidad de que a través de la participación de nuestras egresadas se logren cambios fundamentales en la industria textil, del vestido, textil artesanal y de la moda en general que se vean reflejados en la construcción de un México para todos.

Conclusiones.

¿Como lograr esos nuevos esquemas y una nueva jerarquía de valores en el diseño textil desde las aulas, los cuales se vean reflejados en el quehacer profesional? ¿ como lograr que dentro del mundo globalizado, y una política económica neoliberal podamos desvincularnos de los valores adquiridos por la moda, para lograr esos nuevos esquemas que se van reflejados en nuestros ámbitos laborales, llamémoslos escuelas, despachos, fábricas? .

No tengo una respuesta clara, ella requiere del análisis y trabajo colegiado de académicos de nuestra universidad y todas aquellas institución de de diseño textil y de la moda que quieran participar en este proceso.

Retail and design for the ageing society

Elena Formia

Politecnico di Torino, Torino, Italy
elena.formia@polito.it

Abstract

The increasing number of elderly people in Italy invites to reflect upon the necessity of developing, inside the traditional Points of Sale (PoS), systems of products, services, knowledge, and information for these special users, and, at the same time, transform the traditional stores in places more accessible, usable, perceptible. Starting from an analysis of the contemporary trends in Large Scale Retailing (LSR), the article proposes to trace the guidelines which can orient the designer in developing a new format for PoS, with reference to ageing society.

Keywords

Sustainable design, Design for all, Accessibility, Large Scale Retailing, Contemporary goods.

Paper

In recent decades, the distribution of goods has assumed a progressively larger role in consumption processes. Considering the wealth of merchandise available on the market, the moment of purchase and the experience linked to this moment have become decisive in determining consumer choices (Celaschi, 2007). Thus we are living in a period of history when exchange processes are evolving, yet the degree of sophistication of the merchandise exchanged is not matched by an equal sophistication of the Points of Sale (PoS), particularly in Large Scale Retailing (LSR).

Having become the consummate “non-place”, the context in which “the customer moves around in silence, reads labels, weighs fruits and vegetables on a machine that gives the prize along with the weight; then hands his credit card to a young woman as silent as himself” (Augé, 1995, pp. 99-100), the shopping centre has frequently been the object of studies by authors seeking to define the impact of an ever more elusive mass culture. Starting from research by Walter Benjamin, Lewis Mumford, and Fernand Braudel,