

IDENTIDADES EN TRANSICIÓN

Resúmenes de ponencias

8vo
Congreso Internacional
de Diseño

del 4 **NOVIEMBRE** 20
al 6 **19**
DEPARTAMENTO DE DISEÑO
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

IBERO
Ciudad de México • Tijuana ®

Diseño /

MX 2019
DESIGN CONFERENCE
IDENTIDADES EN TRANSICIÓN

MX Design Conference 2019

Identidades en Trancisión

Octavo Congreso Internacional de Diseño

del 4 al 6 de noviembre 2019
Universidad Iberoamericana
Ciudad de México

Resúmenes de ponencias

Departamento de Diseño

Directora: Dra. María Eugenia Rojas Morales
Coordinador del congreso: Dr. Edward Bermúdez Macías

Índice

- 4 Prólogo
- 5 Adultos mayores en las redes sociales: una reflexión del Diseño Emocional
- 6 Aportaciones del diseño en la conformación de imaginarios políticos identitarios
- 7 Contemporary design research identities in the UK
- 8 Cultural Identity of the Rio de Janeiro “Bate-bolas” manifestation - Communication sustainability and Design’s approach to the study of Brazilian popular culture
- 9 Del autor al actor: Repensando la frontera entre el diseño y la estrategia
- 10 El diseñador y el artesano: colaboración y construcción de una nueva cultura sostenible
- 11 El diseño como agente de cambio en la imagen de la mujer
- 12 El enfoque emergente del Diseño para la Transición: acupunturas sociales, identidades emergentes y estilos de vida en relación al problema del agua en la zona patrimonial de Xochimilco
- 13 El Rol del Diseño de Identidad en Comunidades Indígenas del Ecuador
- 14 Identidades Vestíveis - relações entre moda e ativismo numa sociedade em rede
- 15 La cosa, tú que la disfrutas y la identidad: carácter analógico del diseño
- 16 La identidad diversa: Un análisis estratégico de los diseños de la Pluralibero A. E. y sus impactos
- 17 La inteligencia artificial del Vaticano
- 18 La Propiedad Intelectual y el Patrimonio Cultural. Los Derechos Colectivos
- 19 La Revolución de los Palomos. Identidades Disruptivas: Alejandro Gómez Palomo, el diseñador que saca al cuerpo masculino del dolor de la heteronormatividad
- 20 Livro Criativo: explorando a diversidade da identidade do público sênior
- 21 Memorias gustativas del Amazonas: Análisis discursivo de relatos de jóvenes del Amazonas alrededor del alimento

- 22** Neoliberalismo y diseño. Conflicto de identidad en la cotidianidad colombiana
- 23** O brinquedo homogêneo e a cultura dominante: uma análise do sistema de desenvolvimento e comercialização de artefatos lúdicos industriais no Brasil
- 24** O Buen Vivir e perspectivas para o Design Sustentável
- 25** O contra dispositivo no processo de projeção de cenários orientados pela Polifonia e pelo Imaginário Urbano
- 26** O Design na construção de identidades virtuais da criança na contemporaneidade
- 27** O despertar das identidades adormecidas: produtos terapêuticos multifuncionais para a reabilitação da demência em idosos institucionalizados
- 28** Proyectos de diseño social con personas indígenas. Los diseñadores ante el desafío clasista-racista de las relaciones interculturales en México
- 29** Típico Estereotípico: Identidades raciales negras para el consumo de videojuegos
- 30** Transformación psíquica del cuerpo en el videojuego
- 31** Valorização das identidades culturais como substrato para inovação social em projetos de Design Estratégico

Prólogo

El MX Design Conference es un congreso internacional de diseño que se realiza cada dos años, desde 2005, para atraer reflexiones en torno a un tema central. En sus versiones anteriores, se ha centrado en aspectos como la vinculación con distintos sectores de la sociedad, la sostenibilidad y responsabilidad social, la globalización, el consumismo, la inclusión social, entre otros aspectos. Para 2019, en su octava versión, partimos de reflexionar sobre la globalización como un proceso económico y hegemónico dominante, que ha dado lugar a la identidad como producto de consumo y a la modificación de las relaciones entre identidades existentes, profundizando así las crisis sociales que enfrentamos.

Ante este panorama, corrientes alternativas se contraponen al desarrollo centrado exclusivamente en el mercado y reconocen la riqueza de la diversidad y el potencial humano para generar variadas formas de ser. Así, este congreso buscó explorar la participación del diseño en los procesos de construcción y transformación de la identidad, y su postura ante los dilemas que en este sentido presentan fenómenos como la visibilidad de las minorías, la migración, los estilos de vida, la ciudadanía, la nacionalidad, la tradición y la inculturación, la inter y multiculturalidad, la universalidad, la virtualización de la experiencia social, las dualidades persistentes en torno al género, la sexualidad, y el desarrollo; y la diversidad en todas sus facetas humanas, entre otros.

Por esto, convocamos a profesionales y académicos de distintas áreas, y a practicantes con diversas experiencias, a responder a estas preguntas:

- ¿Cuáles son los nuevos territorios de exploración de identidad para diseñar?
- ¿Cuál es la responsabilidad de los diseñadores frente a la comercialización de identidades y las estrategias de posicionamiento de las marcas?
- ¿Cómo se manifiesta el consumo de identidades a través del diseño? (Objetos, marcas, tendencias, servicios)
- ¿Qué papel juega el diseño en la construcción de identidades virtuales?
- ¿Cómo influye el diseño en la transformación o transición de las identidades heredadas o construidas socialmente?

- ¿Cómo responde el diseño a los paradigmas de identidad social (institución, nación, Estado), cultural, e individual?
- ¿A cien años de la Bauhaus, cuál es la identidad o identidades del diseño que predominan en su enseñanza?
- ¿Si el Design Thinking convirtió el diseño en un commodity, qué ha sucedido con la identidad de ser diseñador?

Durante la convocatoria se recibieron un total de 216 propuestas, las cuales fueron revisadas por dos evaluadores de forma individual, por método de doble ciego, y teniendo en cuenta:

- Pertinencia con respecto a la temática del evento
- Relevancia de la propuesta para el diseño y su incidencia social
- Claridad con la que se expresaba la propuesta

Los evaluadores fueron académicos y profesores del Departamento de Diseño de la Ibero CDMX, y en el caso de propuestas de autores adscritos a nuestra universidad, lo fueron académicos externos a la institución. Finalmente, se excluyeron las propuestas con más bajo puntaje de un mismo autor para promover una participación más amplia y diversa. De lo anterior se seleccionaron las 70 mejor evaluadas para continuar el proceso. En una segunda etapa, a los autores se les solicitó ampliar su resumen y agregar un avance de su presentación visual, lo cual se revisó nuevamente por dos evaluadores para cada propuesta. Tras estas dos etapas de evaluación, se seleccionaron las 26 ponencias de mayor puntaje, las cuales fueron presentadas durante los tres días del congreso. Adicionalmente se invitaron a dos conferencistas magistrales. De esta forma, tuvimos oportunidad de escuchar reflexiones y propuestas de profesionales y académicos de países como Brasil, Colombia, Ecuador, Perú, Chile, México y Reino Unido. A continuación, encontrarán los resúmenes de dichas ponencias, organizados alfabéticamente.

Dr. Edward Bermúdez Macías
Coordinador del congreso

Adultos mayores en las redes sociales: una reflexión del Diseño Emocional

Georgina Durán Quezada, Vera Damazio

georgina.duran@ibero.mx, vdamazio@puc-rio.br

Universidad Iberoamericana CDMX,

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Resumen

El aumento en la esperanza de vida y la menor tasa de fecundidad han incrementado notablemente la longevidad de la población. Esta condición seguirá modificando la edad media de los habitantes, así como la cantidad de adultos mayores en el mundo, los cuales, para el 2050 serán el 22% de la población mundial, según proyecciones de la OMS.

Al envejecer, los roles y la capacidad funcional se modifican, lo que entre otras cosas ocasiona una transformación de la identidad; tanto la que es percibida por uno mismo, como la que es apreciada por la sociedad. Es importante destacar que, aunque implica ciertas pérdidas, esta etapa puede traer a la persona ganancias, crecimiento y satisfacciones.

Para los diseñadores se hace necesario entender a este grupo de la población, analizando y comprendiendo las características y deseos, más allá de los prejuicios que desvalorizan.

Al tiempo que la sociedad se hace más longeva, las redes sociales han ganado terreno para compartir información y conocer nuevas tendencias. Son una manera de expresión personal, un espacio de promoción y un medio para comprender la percepción social sobre diferentes temas. Gracias a lo mostrado en las redes sociales, es posible, por ejemplo, analizar la manera en la que son apreciadas las personas mayores, así como el papel que están jugando en nuestra sociedad.

Este artículo presenta material que ha sido recopilado a lo largo de 6 años siguiendo diferentes publicaciones

sobre adultos mayores, las cuales incluyen tanto experiencias notables de vida, como propuestas de productos y servicios para este grupo de la población. Se presenta también el análisis realizado utilizando las categorías de Diseño Emocional propuestas con base en un estudio de identificación de demandas del público de más avanzada edad.

Aportaciones del diseño en la conformación de imaginarios políticos identitarios

José-Miguel Plaza

josemiguelplazap@gmail.com

Universidad de Chile

Resumen

Los registros de las participaciones de numerosas naciones en exposiciones universales han resultado ser fecundos casos de estudio para analizar los proyectos estéticos de los regímenes que las producen.

Si bien, no podemos comprender la identidad nacional “real” (suponiendo que exista algo así como una característica que atravesase a todos los integrantes de un país), por medio del estudio de sus participaciones en este tipo de certámenes, debido a que la elaboración del imaginario nacional está moderada por un grupo hegemónico con intereses y motivaciones particulares. Si se revela, por medio de los dispositivos estéticos que deciden exhibir, las imágenes que pretendían instalar en la esfera pública internacional las regencias de turno, además de su “sello procedimental”, que incide en la conformación de las identidades colectivas.

En función de lo anterior, este estudio realiza una comparación entre los contenidos del pabellón chileno en la Exposición Iberoamericana de Sevilla del año 1929 y los preparados para la Exposición Universal del año 1992, con sede en la misma ciudad, por medio de un análisis semiótico. Estas participaciones fueron seleccionadas, por compartir la peculiar característica de haber sido concebidas en gobiernos altamente tecnocratizados, que comprendieron el gran impacto que podía tener en la economía una buena presentación en estos escaparates, por lo cual no se escatimaron recursos

en preparar ponencias del más alto nivel. Además, los casos de estudio fueron seleccionados debido a que, en ambos, se realizó un ejercicio de autorrepresentación enfocado en dar una fuerte señal de quiebre en relación con el proceder político del pasado reciente.

Mediante fuentes primarias, secundarias y terciarias, se pretende evaluar la incidencia del diseño en la conformación de las autorrepresentaciones identitarias propuestas, junto con caracterizar el espacio que ocupó la disciplina en los distintos proyectos políticos.

Contemporary design research identities in the UK

Paul A. Rodgers

p.rodgers@lancaster.ac.uk
Imagination, Lancaster University.

Abstract

Identity is defined as the characteristics determining who or what a person or thing is. This paper explores the identities of contemporary design research in the United Kingdom (UK) and reveals key insights into significant issues currently under investigation. The paper focuses on UK research councils' funded projects and how these support positive transformations to society. The paper highlights the recent 'social turn' and the increasingly collaborative nature of design research projects in the UK. The paper also describes some key characteristics found in and across present day design research projects across the UK.

It is widely acknowledged that design research can be a creative and transformative force in helping to shape our lives in more responsible, sustainable, meaningful, and valuable ways. In fact, it has been claimed that design is the best tool we have available to us in making sense of the increasingly complex world [1].

To this end, this paper explores contemporary forms of design research in the UK, which aim to contribute to social, cultural, economic, environmental, and other forms of positive change. These types of projects have been described as 'matters of concern' [2], 'social innovation' [3] or 'social design' [4] projects where the emphasis is less on the usual design of 'things' for wholly commercial purposes but in the design of solutions for social purposes.

Moreover, one can see strong evidence in the identities of design research in the UK emerging from the clutches of this fascination with the rational and the measurable to a situation where a greater em-

phasis is placed on the more socio-cultural aspects of design and the greater context-dependency of knowledge that is produced. These emerging forms of design research do not focus on driving further divisions or engendering clear splits between disciplines, but rather wish to cultivate a more harmonious convergence of scientific and designerly approaches to research.

Cultural Identity of the Rio de Janeiro “Bate-bolas” manifestation - Communication sustainability and Design’s approach to the study of Brazilian popular culture

Eliane Carla da Silva Viana - Lilly Viana,
Humberto Barros, Nilton Gonçalves Gamba
Junior, Paula Cruz, Priscila Andrade

*lillyvianadesign@gmail.com, milubega@gmail.com,
gambajunior@gmail.com, oi@paulacruz.com.br,
priscila.a.andrade@gmail.com*
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Abstract

Communicational sustainability is a subdivision of social sustainability with a focus on media toxicity. The article describes three axes of its application in a design research: the denaturalization of the research variables for the researcher, the different reading models of the field and, finally, the transformation of these material records into new means of diffusion and memory of practices inherited, but still locally updated.

In this research, the focus is the study on the identity of a cultural manifestation: the Bate-bolas of Rio de Janeiro - masked groups that involve more than four hundred groups and some with more than two hundred members. At the same time that it is an expressive and almost centennial folk tradition, it suffers the risks of extinction, decharacterization and gentrification.

In order to apply all the concepts of communicational sustainability, the field is not only an object of analysis, but also receives, as in an applied-research, a concrete interference in its means of updating, innovating, transforming and maintaining a living identity in permanent update.

Based on the concepts of ‘reality semiology’ and ‘material pedagogy’, the DHIS (Laboratory of Design of Stories of the Graduate Program in Design of the Department of Arts and Design of the Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro) developed a methodology to approach popular culture which involves the material analysis of the manifestations and the generation of innovative materialization for new models of memory and the diffusion of events. In the context of media studies, sustainability will have greater visibility with these aspects: collaborative, procedural, customizable, sustainable, hybrid and innovative. From conception to results, this article justifies the relevance of the concept of communicational sustainability as a particular approach and with specific techniques in Design research.

Del autor al actor: Repensando la frontera entre el diseño y la estrategia

Luis Enrique Marines Hernández,
Regina Meza Ortega

luismarines@insitum.com,
reginameza@insitum.com
INSITUM

Resumen

Por su naturaleza multidisciplinaria, el diseño se ha convertido en un flanco abierto para que profesionales de otros campos de conocimiento adopten métodos y herramientas concebidas como “de diseño” para resolver problemas mediante un enfoque proyectual que ha sido promovido en gran medida por la mercantilización del design thinking. Como resultado de esta apertura disciplinaria, los diseñadores nos enfrentamos a diversas maneras de ejercer la práctica que no siempre concuerdan entre sí; desde reafirmar la figura del diseñador como autor de una obra casi artística, hasta asumir el rol de un actor que utiliza su capacidad creativa para incidir en problemas complejos.

En un entorno profesional de una consultora de innovación estratégica donde el design thinking ha sido adoptado por equipos multidisciplinarios para resolver desafíos de innovación, las diferencias entre diseñadores y no diseñadores se diluyen. No obstante, la flexibilidad y adaptabilidad para involucrarse con los equipos en diferentes etapas de los proyectos, aunado a la diversidad de estrategias de pensamiento crítico y creativo que aportan los diseñadores, les permite incidir como co-facilitadores de todo el proceso a nivel interno (con los equipos) y externo (con los clientes).

El desempeñar un rol mixto como consultores y diseñadores permite entender la identidad del diseñador

como la de un facilitador de estructuras para el entendimiento profundo de los problemas; alguien que identifica relaciones, descubre patrones y crea conexiones para integrarlas en experiencias y traducirlas a partir de múltiples sistemas de representación que sirven para desarrollar un lenguaje en común para usuarios y clientes. El nuevo perfil del diseñador se asume en la transdisciplina, en un ir y venir entre la generalidad y la especialidad. El diseñador como un nómada entre diferentes áreas y un traductor de diversos tipos de conocimiento, lo cual lo convierte en un actor clave para la resolución de problemas.

El diseñador y el artesano: colaboración y construcción de una nueva cultura sostenible

Marieta Olga Osnayo Oliveros

olgaosnayo@gmail.com
Lima Oculta

Resumen

Lima Oculta es una organización sin fines de lucro que nació a través de dos cuestionamientos muy sencillos y complejos a su vez ¿Por qué el artesano es pobre? y ¿Qué hacer con el diseño más allá de trabajar para una agencia o una empresa? Estas incógnitas nos llevaron a construir una organización con 3 proyectos a su cargo donde involucramos al diseñador y al artesano.

Somos una asociación que se desarrolla en Lima - Perú desde el 2012, que viene trabajando por el desarrollo de la artesanía peruana a través de la gestión del diseño. Busca posicionar a los artesanos peruanos y sus expresiones culturales mediante el contacto con profesionales especializados en diseño gráfico, quienes a través de un trabajo colaborativo impulsan el desarrollo empresarial de cada uno de los participantes. Trabajamos por la educación y el desarrollo cultural orientado a la diseminación de las expresiones del arte y la cultura andina amazónica del país.

El primer proyecto se llama Tapuy, el cual es el primer voluntariado de diseñadores del país, donde un diseñador trabaja directamente con un artesano dentro de 6 talleres presenciales. En estas fechas se trabajan distintas piezas gráficas que benefician al artesano en la venta y promoción de sus productos, partiendo por la creación de una marca y una estrategia de diseño. El objetivo de este proyecto es capacitar y asesorar técnicamente a los artesanos brindándoles conocimientos empresariales a través

de un plan de capacitación especializado en estrategias de marca, diseño, mercado y comercialización.

El segundo proyecto se llama Qhatu, el cual es una plataforma digital (web) de venta desarrollada con el objetivo de introducir el resultado de Tapuy a una tienda virtual donde cada artesano con su marca desarrollada puede mostrar sus trabajos de una manera visualmente agradable.

Y la tercera es el servicio de Asesorías y estrategias de diseño al Estado, dirigido especialmente a la Dirección de Artesanías del Perú. (MINCETUR)

El diseño como agente de cambio en la imagen de la mujer

Adriana L. Esteve González

aesteve@escueladedisenio.edu.mx
Escuela de Diseño del
Instituto Nacional de Bellas Artes

Resumen

La identidad se construye con lo visto, lo leído y lo escuchado, en este sentido la mujer ha sido objeto de representación, en el diseño, la ilustración, el arte y la publicidad, estableciendo su identidad. En estas imágenes sus actividades y actitudes son limitadas; amas de casa realizando quehacer doméstico o en el ámbito laboral las actividades son reducidas a trabajos como, docencia, cuidados de salud, o los servicios en el comercio. En contraparte tenemos la imagen sexualizada de la mujer utilizada ampliamente en la publicidad.

Estas imágenes que no reflejan la realidad social, la identidad de la mujer se ve reducida a lo que socialmente son actitudes y trabajos considerados “femeninos”, los estudios de género han visibilizado la falta de equidad en las representaciones tanto visuales como textuales, Butler expone en el libro “Lenguaje, poder e identidad” que los actos del habla son actos del cuerpo y estos producen efectos en la identidad de quien son objeto. En el tiempo, lo enunciado y lo visto han alimentado estas ideas de mujer, y para generar un cambio también se necesitará tiempo. Tiempo para que la mayoría de las mujeres pidan ser representadas de otras maneras, en otras actividades y actitudes.

Hay que cuestionar, como plantea Foucault, las relaciones de poder entre hombres y mujeres, el poder sobre la imagen que representa y que construye identidad a través de lo visto y escuchado, por lo que cabe preguntarse por qué los unos no se han cuestionado esta disparidad y las otras la consideran normal.

El diseño tiene la oportunidad de fisurar el paradigma actual y generar un cambio en la representación y el tratamiento de esta imagen, al mostrar a la mujer en todos los ámbitos, al exponer la diversidad de actividades laborales que realiza, evidenciar que no son físicamente perfectas y que no tienen que serlo y, sobre todo, que no son una sola, hay una amplia diversidad de fenotipos, de orientaciones, de discapacidades y de culturas. Y todas son mujeres.

El enfoque emergente del Diseño para la Transición: acupunturas sociales, identidades emergentes y estilos de vida en relación al problema del agua en la zona patrimonial de Xochimilco

Emma Cecilia Barraza Gómez,
Nora A. Morales Zaragoza

barraza.cecilia@gmail.com, norismo@gmail.com
Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Cuajimalpa,
Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM

Resumen

El presente artículo presenta una reflexión en base a dos vertientes, la primera de índole epistémica trata sobre el enfoque emergente del Diseño para la Transición (Irwin T. 2015) como una estrategia para integrar a una diversidad de actores y sus visiones en un proyecto de resiliencia hídrica en la Zona Lacustre de Xochimilco y Tláhuac en la CDMX como parte de la iniciativa “100 ciudades resilientes”. Se trata de describir cómo es que las herramientas de este enfoque nos permitieron facilitar una visión común y mejorar la cooperación entre los diversos sectores involucrados, especialmente favoreciendo la perspectiva de abajo-hacia-arriba que contempla el rescate de saberes tradicionales y sus prácticas en la co-creación de una cartera de intervenciones que les permitirán transitar hacia el cambio a largo y mediano plazo en el sistema socioecológico lacustre. La otra vertiente se refiere al descubrimiento de la emergencia de nuevas identidades subculturales colectivas caracterizadas por pequeños colectivos de nuevas generaciones de chinamperos quienes cuestionan ciertos estilos de vida y certidumbres asumidas en las generaciones anteriores dentro del

contexto urbano. Analizamos cómo es que estos pequeños colectivos se han organizado a partir de lo que autores como Rittel y Webber (1997), llaman “permutaciones culturales irregulares” logrando integrar esfuerzos colectivos organizados y encontrando una manera de recuperar la capacidad productiva de la chinampa; replanteándose nuevos estilos de vida y redefiniendo su identidad en el territorio. Finalmente reflexionamos sobre la importancia de involucrar a todos los actores en la búsqueda de soluciones a los problemas complejos y cómo es que los procesos y artefactos de diseño, nos ayudan a definir el sistema de valores e identificar puntos de influencia para el cambio y transitar hacia futuros sostenibles.

El Rol del Diseño de Identidad en Comunidades Indígenas del Ecuador

Andrea Paola Calle Mendoza

apcalle@uce.edu.ec
Universidad Central del Ecuador

Resumen

La pluriculturalidad existente en Latinoamérica extiende las posibilidades de ejecutar proyectos de diseño de identidad específicos para cada grupo humano que aquí habita.

En el Ecuador existen 13 nacionalidades indígenas reconocidas oficialmente por el SIISE (Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador) que mantienen su lengua y cultura propias.

Este entorno propicia un ecosistema óptimo para la ejecución de proyectos de diseño que analizan, sintetizan y desarrollan sistemas de identidad visual, posicionamiento de producto y experiencias culturales para la recuperación y mantenimiento de las costumbres, saberes ancestrales y tradiciones de cada una de estas comunidades.

En los últimos años se ha desarrollado una tendencia importante de restablecimiento de la identidad indígena en toda la región y a través del diseño colaborativo, la academia y las instituciones públicas se han efectuado importantes aportes con esta finalidad, logrando incluso incorporar productos autóctonos a las matrices económicas y de desarrollo de nuestros países.

En este artículo se analizan algunos de los aportes más importantes realizados en Ecuador y la influencia del diseño como disciplina en la rehabilitación de las identidades de los pueblos. Así mismo, se refiere el desarrollo y los resultados de uno de los proyectos de diseño de identidad aplicado a una comunidad indígena del norte del país a través

de la investigación aplicada y la interpretación semiótica de las figuras y tradiciones existentes en dicha comunidad.

Identities Vestíveis - relações entre moda e ativismo numa sociedade em rede

Maria Eloisa de Jesus Conceição, Rejane Spitz

mariaeloisa.jcq@gmail.com, rejane@puc-rio.br
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Resumo

Inscrita simultaneamente na história da arte e das mentalidades, na história das técnicas e das artes decorativas, a moda tem ocupado, ao longo dos tempos, um lugar singular. Estudá-la nos permite melhor compreender as mudanças tecnológicas e sociais que acarretam a transformação de códigos culturais.

Os indivíduos marcam suas diversas inclusões sociais por meio de sinais identitários, dentre os quais suas vestimentas. O vestuário é, portanto, objeto histórico e sociológico por excelência, e a cada momento representa o equilíbrio entre as formas normativas, cujo conjunto, apesar disso, está o tempo todo a devir. As escolhas de cores, materiais e objetos constituem-se em textos visuais, sonoros e plásticos que têm diferentes significados e sentidos.

Sob essa perspectiva, neste artigo discutimos a importância e significado das roupas no que tange à identidade individual e coletiva, e à prática efetiva de transformação da realidade. Abordamos, em especial, os têxteis interativos, cuja capacidade de sentir e reagir a estímulos ambientais através de fatores mecânicos, térmicos, químicos, elétricos, magnéticos ou outras fontes, acrescentam uma nova capacidade comunicativa, que transcende a capacidade analógica dos têxteis convencionais.

Argumentamos, em conclusão, a possibilidade de se pensar a moda de modo identitário, inclusive como um espaço de resistência contra os preconceitos que estão presentes em nosso cotidiano.

La cosa, tú que la disfrutas y la identidad: carácter analógico del diseño

Fernando Rovalo

frovalo2@prodigy.net.mx
Universidad Iberoamericana CDMX

Resumen

El objeto agota su descripción científica que siempre será parcial. La cosa no es abarcada por la ciencia. Vivimos-entre-cosas, no entre objetos. Todo lo que vemos, oímos, olemos, gustamos y tocamos trasciende su carácter instrumental: nos expresa. No está petrificado, lo experimentamos, en 'la duración'. Vivimos entre todas las cosas, en todos los tiempos.

Reducimos nuestros interlocutores a 'usuarios' (si atendemos el aspecto funcional o instrumental), 'audiencia' (en la comunicación) o, 'tarjeta-habientes', (para cierto modelo de negocio). Esto es indispensable, en sus propios límites. Pero, lo que nos apasiona del diseño es disfrutarlo, ambos. El nombre para nuestro interlocutor es 'fuente', quien disfruta la cosa que diseñamos para él. Dirá ¡'esto estaba esperando'!, ¡'wow'! o quedará en silencio, pasmado.

¿Quiénes somos los, diseñadores? ¿Dónde estamos? ¿Quién eres tú, fuente, y dónde 'te-hayas'? De veras, ¿sabemos reconocer nuestros atributos? ¿Sabemos, cómo conocer los tuyos, fuente? Podremos servirte si respondemos por nuestra recíproca e inseparable identidad y dirección, si percibimos cómo tú y nosotros así somos y aquí estamos.

Hay dos propuestas para reconocernos y diseñar. Una, sostiene que, si ésta es mi teoría, lo que no se le ajusta es falso y debo construir la 'realidad' que le corresponda. Es el enfoque unívoco, interpretación en un solo sentido. La otra, duda de todo, no puede identificarte como fuente, y sufre la imposibilidad de interpretarte. Este es el enfoque equívoco, que interpreta todo en varios sentidos.

El campo de ambas es erróneo. El nuestro, es el de la analogía. Reconocemos distinciones, pero compartimos semejanzas entre nuestros atributos. La percepción de la-cosa ocurre en contextos temporales y espaciales más o menos compartidos. Estas semejanzas, en una quintuple analogía nos permiten entendernos, interpretarnos.

Cuando gozamos el éxito que nos apasiona, al crear la-cosa para que la disfrutes, descubrimos la-forma-que-es-análoga a tus atributos. Es decir, a tu identidad. Celebramos hacer-sensorialmente-perceptibles-en-la-cosa tus atributos, en particular los que expresan tu deseo-más-profundo. Así, en la-cosa, tú, fuente, puedes decir "sí, así estoy siendo yo, así es mi-identidad, además, en ella, me arraigo, me sostengo, 'me hallo'. Soy yo y estoy aquí".

La identidad diversa: Un análisis estratégico de los diseños de la Pluralibero A. E. y sus impactos

Thales L. Aquino

thalesaquino@gmail.com
Pluralibero

Resumen

¿Si identidad refierese la idea de lo mismo, algo propio o innato (RAE, 2018) habría espacio para lo diverso en el Diseño? Dicha pregunta es el conductor de un análisis estratégico de los diseños hechos de 2012 a 2017 para la Asociación Estudiantil Pluralibero, de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México.

Cambiando actitudes de adentro hacia fuera, de la inquietud materializada en sus diseños a la repercusión de Pluralibero frente su comunidad académica y sociedad mexicana, se pretenden presentar todos los caminos de transformación recorridos del proceso por detrás de las polémicas y reconocimientos.

La inteligencia artificial del Vaticano

Ablavi Fidele Vlavo, Fernando López Mariaca

ablavi.vlavo@ibero.mx, mariaca.fernando@gmail.com

Resumen

El miércoles 13 de febrero 2019, se reunieron en un salón dos hombres influyentes; el tema de la conversación, la Inteligencia Artificial (IA). Sentado en una silla, el Papa Jorge Mario Bergoglio, y en una otra, el presidente de Microsoft Brad Smith. La institución del Vaticano tiene influencia en la moral de diversos sectores de la población católica, por lo cual la postura que establezca con respecto a la Inteligencia Artificial podría afectar distintos campos como en su postura con respecto a género, sexualidad, reproducción y procedimientos médicos.

Las consideraciones que habrá de tomar el Vaticano para delimitar su postura con respecto al desarrollo de la inteligencia artificial son complejas. En una carta enviada al congreso de Davos, Bergoglio expresó: “la máquina no se limita a conducirse sola, sino que termina conduciendo al hombre” (Bonilla, 2019). Con respecto al discurso posthumanista, comúnmente relacionado con la IA, el Vaticano publicó el texto *Dignitas Personae* (2008), en el que se declaró en contra de procedimientos reproductivos como el método *in vitro*. En cuanto a la incorporación de formas de inteligencia no humana a la comunidad católica, el Papa declaró en su homilía que se encontraba dispuesto a bautizar a un “marciano” de llegar a la Tierra (RT News, 2014).

El propósito de esta investigación es explorar los potenciales retos que el Vaticano afronta para entender, comprender la IA. Frente a los nuevos paradigmas derivados de la IA, diversas áreas de estudio se enfrentan a comprender los impactos que esta tecnología representa. Nuestro trabajo está basado en análisis de textos académicos y entrevistas a académicos expertos en sociología, teología

y robótica. El objetivo es discutir como el Vaticano podría generar una postura teológica y social sobre la IA tomando en consideración las áreas políticas, tecnológicas y económicas, es decir si El Vaticano refutará la IA o la aceptará.

La Propiedad Intelectual y el Patrimonio Cultural. Los Derechos Colectivos

Jorge Rodríguez Martínez

rmj@azc.uam.mx
UAM

Resumen

La propiedad intelectual (PI) son creaciones originales de la mente con un soporte material. El sistema de PI fue creado para recompensar a inventores y creadores otorgándoles un monopolio temporal para su explotación.

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) tiene dos grandes divisiones. La primera es Derecho de Autor, para obras literarias y artísticas. La segunda, la propiedad industrial, para patentes, marcas, y diseños.

El conocimiento tradicional de los pueblos, conforma su patrimonio inmaterial y cultural, como danzas, diseños, música, medicina o remedios, que constituyen parte de su identidad y dan sentido de pertenencia. La problemática, es que no tiene cabida precisa dentro del marco jurídico existente, por tener características sui generis. Por ser un conocimiento “vivo” que se modifica y no se puede vender a un tercero.

Las poblaciones, comunidades y gobiernos han solicitado protección a la OMPI, y hay una Declaración de las Naciones Unidas sobre Pueblos Indígenas 2007. El reto es crear derechos de propiedad intelectual para estas formas tradicionales de creación e innovación, que se han considerado tradicionalmente como elementos del dominio público, y por tanto de libre uso.

Hay una larga lista de ejemplos nacionales e internacionales de despojos de conocimiento tradicional de manera indebida; sin embargo, también hay un creciente número de muestras de apropiación de PI

de una manera más justa, que reconocen los Derechos Colectivos de un pueblo, y se les retribuye adecuadamente.

Hay un largo camino por recorrer, desde un proceder adecuado, responsable y respetuoso de las compañías, y crear una cultura de consumo ético por parte de los consumidores como el Comercio Justo. Por ejemplo, el INAH anunció recientemente la creación de una Plataforma digital de Registro de Patrimonio Cultural y Mercado, para visibilizar casos de plagio en los que se vea afectada una comunidad.

La Revolución de los Palomos. Identidades Disruptivas: Alejandro Gómez Palomo, el diseñador que saca al cuerpo masculino del dolor de la heteronormatividad

Guillermo León Ramírez Martínez

gleon@guillermoleon.com.mx

Universidad Iberoamericana CDMX

Resumen

Las prendas de vestir y sus elementos están impregnadas de significados relativos a la identidad de género. Aquello que la cultura hegemónica considera masculino o femenino, está sembrando en el imaginario colectivo y crea las identidades de género binarias y heteronormativas.

El objetivo principal de este estudio es mostrar como la moda constituye un punto de partida para la construcción de identidades de género disidentes. Examinar el trabajo del diseñador Alejandro Gómez Palomo, Palomo Spain, nos permitirá reconocer cómo las propuestas de moda disruptivas, al contrastar con la cultura hegemónica, se convierten en vehículos para el cambio de paradigmas en el orden social a través del vestido y el cuerpo.

En el siglo XIX la gran revolución del vestido masculino fue liberarse de las prendas que constreñían y modificaban el cuerpo, a esto se le conoce como “La Gran Renuncia Masculina”; en el siglo XXI la identidad masculina es objeto de otra revolución, una que tiene que ver con la construcción del yo: La Gran Renuncia a la Heteronormatividad.

Livro Criativo: explorando a diversidade da identidade do público sênior

Vera Damazio

vdamazio@puc-rio.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Resumo

Este trabalho está associado a um fenômeno irreversível com grande impacto na sociedade: a longevidade populacional. E, também, ao potencial do design de promover o bem-estar do público sênior que em breve corresponderá a 25% da população mundial.

Viver mais é uma vitória, porém traz desafios como a promoção de qualidade de vida para quem envelhece nos mais diversos contextos – social, econômico, biológico, cultural. Os desafios se multiplicam diante de um grupo etário heterogêneo que abrange idosos independentes, autônomos e produtivos, mas também os que, por motivos diversos, apresentam fragilidades. Assim, são relevantes projetos de ações variadas que favoreçam a atuação dos idosos, aumentem seu senso de pertencimento e, conseqüentemente, melhorem a qualidade de vida.

Este trabalho, portanto, se insere no campo do design emocional, pois tem como foco demandas do adulto mayor de caráter subjetivo como satisfação pessoal, propósito de vida, motivação, resiliência, entre outras.

Nesse cenário, é importante implementar novas ações para o público sênior que facilitem a participação ativa como o Livro Criativo, serviço projetado com esse fim e objeto deste trabalho. Essa ação projetual tem como suporte um diário e promove o engajamento dos idosos considerando questões como viabilidade, simplicidade e satisfação. O diário foi escolhido por ser simples, conhecido de todos e ter grande potencial para motivar reflexões e interações. Por ter a função de registro da memória, o

diário reforça o vínculo afetivo dos participantes não apenas por valorizar suas identidades, mas principalmente por revitalizá-las no atual momento de vida.

Para facilitar e ampliar a expressão é priorizado o uso de imagens e de recursos como colagem, desenho, pintura, escrita, fotografia. Neste trabalho serão apresentados registros dos diários e comentários para demonstrar como o serviço pode ser desenvolvido. E depoimentos para ilustrar como a atividade vem afetando os participantes.

Memorias gustativas del Amazonas: Análisis discursivo de relatos de jóvenes del Amazonas alrededor del alimento

Natalia Guzmán Castañeda

naguzmanca@unal.edu.co

naty.guzman9@gmail.com

Universidad Nacional de Colombia

Resumen

El encontrar en el Diseño las herramientas para abordar temáticas que han sido naturalmente estudiadas por las ciencias sociales es una necesidad en el actual mundo globalizado; Este proyecto interviene en el estudio de la alimentación, actividad que refleja los aspectos socio-culturales más importantes de una comunidad y por ello, facilita la salvaguarda de conocimiento patrimonial en torno a la cultura alimentaria de la Amazonia colombiana desde los recuerdos, los saberes y las reflexiones, analizados desde el pensamiento de diseño.

A partir del diseño de la metodología Memorias gustativas, el objetivo macro de este proyecto es aportar al reconocimiento y la salvaguarda de la cultura alimentaria de 4 jóvenes del Amazonas que habitan en la ciudad de Bogotá, por medio del análisis discursivo y la documentación de sus memorias gustativas, para comprender y valorar su identidad como portadores de conocimiento patrimonial. Esta metodología consiste despertar, por un lado, recuerdos, vivencias y sensibilidades y por el otro, saberes y reflexiones alrededor del alimento, a través del ejercicio de intravista, la observación empática, el desarrollo de conversaciones libres y el análisis de los mismos a partir de las 5 temáticas de estudio en la Escuela de Diseño Industrial de la Universidad Nacional de Colombia (Humano/social, Técnico/productivo, Estético/sensible, Ambiente/contexto e Innovación), con el fin de visualizar

activos intangibles y emplearlos en pro de la documentación y visualización del patrimonio cultural inmaterial alrededor del alimento.

Los resultados de esta primera investigación, revelan saberes ancestrales que pudieron haber sido olvidados por estos 4 jóvenes y sus familias, despiertan sensibilidades que incitan el rescate de saberes por parte de los entrevistados y el público y detectan posibles puntos de intervención desde el diseño para el mejoramiento de la calidad de vida de estas comunidades situando como eje principal el reconocimiento de la identidad.

Neoliberalismo y diseño. Conflicto de identidad en la cotidianidad colombiana

Andrés Felipe Sussmann Tobito

asussmann@unal.edu.co
Universidad Nacional de Colombia

Resumen

Colombia, país de influencias y resistencias, territorio que se ha visto obligado a alcanzar los principios de la 'globalización', en una carrera exhaustiva resultado de decisiones estatales, apresuradas y radicales.

Como menciona Bonsiepe (2004), "la situación económica, social y política de la mayoría de los países latinoamericanos en la década de los noventa ha sido caracterizada como década perdida que motivó, entre otras, preguntas respecto a la viabilidad de políticas económicas que no se cansan de glorificar y festejar los efectos positivos de la globalización y privatización, no queriendo registrar los resultados negativos y en algunos casos hasta desastrosos de tal proceso"; Bonsiepe, ha sido enfático en su discurso para que Latinoamérica reconozca su autonomía e identidad en el diseño.

Hay un fenómeno transcultural en la globalización que afecta estructuras de la sociedad, deteriorando la diversidad cultural de cada lugar y condicionando los rasgos diferenciadores construidos en dinámicas locales, que son evidenciados en productos que surgen y hacen parte de la cotidianidad.

El artefacto doméstico surge como objeto de estudio, ya que soporta prácticas cotidianas siendo "resultado de una cultura material, que define al ser humano en un contexto histórico, social y temporal" (Mesa Jaramillo, 2017). El espacio y el mobiliario (Ledin y Machin, 2018), comunican ideologías y mensajes claros de los tipos de identidades y relaciones sociales que se desarrollan y valoran en contextos y épocas determinadas.

Según Van Manen (1990), la investigación fenomenológica estudia la experiencia cotidiana, la experiencia originaria, se enfoca sobre significados vividos. En el mobiliario, se encuentran indicios para entender la manera en la que las condiciones impuestas desde el modelo neoliberal, impactaron en la cotidianidad colombiana de la década del noventa, configurando identidades en el entorno doméstico.

O brinquedo homogêneo e a cultura dominante: uma análise do sistema de desenvolvimento e comercialização de artefatos lúdicos industriais no Brasil

Lucas Brazil

lucas.brazil.sousa@gmail.com

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Resumo

Este artigo tem como objetivo propor reflexões sobre como o atual desenvolvimento e comercialização de brinquedos industriais no Brasil propiciam uma homogeneização cultural e as possíveis consequências para as culturas regionais brasileiras. Também é colocada em questão a responsabilidade do designer como catalizador e potencializador da manutenção da identidade dos diferentes grupos sociais do país. Estas problemáticas são levantadas e debatidas a partir da análise da indústria e mercado de consumo de brinquedos no Brasil. Esta proposta foi pensada com o pressuposto de que o design está, muitas vezes, mais ligado ao sistema de consumo do que à parte da sociedade a que esses produtos se destinam e que isso propicia a manutenção de padrões vigentes na sociedade, além de diminuir a pluralidade cultural brasileira. Baseados nos apontamentos em relação à indústria brinquedista, com recorte principal na distribuição desses artefatos lúdicos no país, este texto segue uma linha metodológica, em que se pretende demonstrar que o tema social no design foi constituído visando às quebras dos paradigmas estéticos e industriais vigentes de cada época; que a constituição do designer enquanto profissional formado ficou atrelada à sua capacidade de desenvolver produtos ou serviços voltados para o mercado. Após essa análise, busca-se compreender como

a influência do mercado e do sistema de consumo separa o designer de brinquedos do campo social e como este entendimento ajudará a pensar em um novo caminho dentro do Design, profissionalmente e academicamente. Por fim, é proposta uma reflexão acerca das potências do Design e de sua responsabilidade perante a sociedade. Essa alteração aponta para a saída da construção do pensamento projetual do campo indústria-consumo e a entrada na relação pessoas – transformação social. Fundamentado na interligação entre os campos do design, é demonstrada que a partir da área brinquedista a transformação poderá ser feita na estrutura geral do design.

O Buen Vivir e perspectivas para o Design Sustentável

Julia Teles da Silva

julitateles@gmail.com

Universidade Federal de Campina Grande,
Universidade Federal Fluminense

Resumo

O artigo apresenta o conceito de Buen Vivir, uma proposta que questiona o modelo de desenvolvimento tradicional, um modelo colonialista e predatório. Partimos do olhar do autor equatoriano Alberto Acosta para falar sobre o Buen Vivir, vê nas comunidades tradicionais americanas - sobretudo a tradição indígena, um outro modelo de sociedade, em que o crescimento e a produtividade não são parâmetros para se medir o valor de um povo. O Buen Vivir, seguindo a visão indígena, também apresenta uma outra relação com a natureza, uma relação que não objetifica a natureza, não separando homem e natureza, como na tradição industrialista europeia. O Buen Vivir é um conceito desenvolvido na Bolívia e Equador, observando o que os povos andinos e amazônicos podem nos ensinar sobre um melhor modo de vida. Partindo de uma visão dos povos nativos americanos, o Buen Vivir traz uma proposta que não é eurocêntrica ou colonialista.

A proposta do artigo é relacionar o Buen Vivir ao design sustentável e socialmente inclusivo. Levando em conta que para o Buen Vivir o mais importante não é o produtivismo e que não há uma separação entre as comunidades humanas e a natureza, podemos relacionar esse conceito ao design sustentável e à ideia de comunidades criativas de Ezio Manzini. Lembrando que tradicionalmente, nas comunidades indígenas, há extrativismo e plantações sustentáveis, com o uso de materiais renováveis, podemos pensar qual a herança disso para o design sustentável. E lembrando também do modo de vida e produção comunitários indígenas, podemos pensar qual o desenrolar disso no desenvolvimento de comunidades com compartilhamento de bens e objetos.

Acreditamos que o conceito de Buen Vivir tem muito a contribuir para se pensar em um design sustentável da perspectiva de uma identidade nativa americana.

O contra dispositivo no processo de projeção de cenários orientados pela Polifonia e pelo Imaginário Urbano

Ana Paula Silveira dos Santos

anapsilveira@edu.unisinos.br
Unisinos

Resumo

A proposta do estudo é refletir acerca de como o design influencia no processo de transformação de identidades socialmente construídas por meio dos dispositivos e contra dispositivos. Pelo viés do design estratégico, cenários são projetados em produções mais coletivas que tendem a envolver os atores de um determinado ecossistema. Ao pensar em tipos de ecossistemas urbanos, remeto à concepção de urbano de Silva (2006) que supera a ideia de “limitado a um território”. O autor trabalha mais com a prática de indagar os mecanismos que são evocados pelas pessoas na cidade e que acabam funcionando como dispositivo de apreensão da realidade política e social. Quem também dialoga no ponto de vista de imaginário na produção de cenários é Dunne (2005), dedicado a explorar novas fronteiras por meio de cenários imaginários e projetos especulativos. A possibilidade de usar o design como meio para imaginar futuros possíveis dentro de um contexto projetual e sob um ponto de design: as interações, comportamentos e dispositivos que envolveriam determinada situação e contexto. O design pensado por cenários tem potencial para repensar as relações individuais e coletivas relacionando-as com a realidade. Assim, surge a pergunta: como dispositivos e contra dispositivos influenciam na elaboração de cenários e com qual intencionalidade? O desenvolvimento do estudo se dará por meio da projeção por cenários imaginativos. Vale-se da ideia e da potência de dispositivos e contra dispositivos, e da pluralidade das operações

que desencadeia dentro de um ecossistema, configurando ou não novas estratégias. Que estratégias de organização, de identificação, de estruturação e desestruturação que podem criar outras possibilidades, tomar outra dimensão ou, simplesmente, continuar transformando um ecossistema.

O Design na construção de identidades virtuais da criança na contemporaneidade

Paula Ceccon Thurler

ceccon.paula@gmail.com
Universidade Federal Fluminense

Resumo

Na contemporaneidade, a criança interage cada vez mais cedo com tecnologias complexas em situações cotidianas antes restritas ao universo adulto. Embora este comportamento não seja novo, nem restrito às tecnologias digitais, pesquisas apontam o crescimento do acesso infantil à Internet, em especial mediada pelos celulares. Entende-se que as novas tecnologias digitais transformam tanto os modos de constituição e desenvolvimento das relações sociais, quanto os referenciais utilizados na construção da identidade virtual da criança, em processo de formação social. Objetiva-se discutir questões relacionadas ao papel do designer como mediador nos processos de desenvolvimento da linguagem, identidade e produção de sentidos na interação da criança com interfaces midiáticas. Analisa-se, por meio de observação participante, entrevistas e questionários, o caso de um grupo de crianças entre 10 e 11 anos, das comunidades Rocinha e Vidigal no Rio de Janeiro, sobre suas atividades em um projeto social de uma universidade, e o caso de crianças do 3º ano do Ensino Fundamental de uma escola municipal do interior do estado do Rio de Janeiro, sobre seus hábitos de assistência audiovisual na TV e na Internet. A pesquisa fundamenta-se em autores como: Bakhtin (1981; 2003), Bomfim (2014), Frascara (2004), Ricouer (1995), Hall (2002) e Freire (2016). Identifica-se que o Design de mídias assume papel mantenedor de mitos e estereótipos sociais. Alerta-se para a necessidade de formação em Design que reflita sobre sua potência

como produtor cultural na proposição de modos linguísticos de produção de sentidos que interfiram na construção e transformação da identidade virtual da criança, cuja base é herdada da família e construída socialmente na interação cotidiana com outras crianças. Ressalta-se ser o Design influenciador na transformação destas identidades virtuais na sua relação com as mídias digitais. Almeja-se um Design anunciador de caminhos éticos.

O despertar das identidades adormecidas: produtos terapêuticos multifuncionais para a reabilitação da demência em idosos institucionalizados

Aline de Souza Aride,
Rita Maria de Souza Couto

aride.aline@gmail.com, ricouto@puc-rio.br
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Resumo

O processo de transição demográfica aponta para o crescente envelhecimento populacional e para o incremento exponencial de novos casos de demência ao redor do mundo, doença cujo principal fator de risco é a idade avançada. A demência acomete 1 pessoa a cada 3 segundos e representa um grupo de enfermidades que promove o declínio progressivo e irreversível das faculdades cognitivas, motoras, sociais e comportamentais. A patologia afeta não somente a identidade do portador, mas toda a estrutura social e cultural de um país, pilares que se sustentam e se renovam pela memória de cada cidadão.

Assim, com o objetivo de atender aos desafios modernos e de proporcionar qualidade de vida e resiliência ao idoso demenciado, o presente artigo apresenta duas soluções, desenvolvidas em design aberto e em parceria com uma equipe multidisciplinar, que exploram meios de estimular sujeitos com diversos tipos de demência de forma holística e particularizada.

Essas soluções foram desenvolvidas e testadas ao longo de um estudo de campo realizado durante 1 ano e 2 meses no Centro de Atividades Bem Viver, casa de repouso localizada no Rio de Janeiro. Quanto à estrutura, o artigo se divide em 4 fases: (1) breve discussão sobre memória e identidade,

estabelecendo correlações com as perdas mnêmicas enfrentadas na demência; (2) reflexão sobre os conceitos de design aberto, interdisciplinaridade, pesquisa-ação, Design Participativo e Design Social, que nortearam o desenvolvimento e a implementação dos produtos nas atividades; (3) apresentação dos artefatos desenvolvidos e testados nas aulas do Bem Viver; e (4) discussão dos resultados obtidos, embasados pelo aporte teórico estudado e por dados coletados no período de testes dos protótipos nas atividades da casa. Como resultado, verificou-se que os produtos foram capazes de estimular a memória e a cognição de sujeitos com demência, cooperando para o resgate de suas identidades e para o reforço do compromisso ético do Design com a inovação social.

Proyectos de diseño social con personas indígenas. Los diseñadores ante el desafío clasista-racista de las relaciones interculturales en México

Paloma Sitalin Sánchez Acevedo

sitalin_0895@hotmail.com

Universidad Iberoamericana Puebla

Resumen

La identidad nacional ha sido objeto de un análisis particular a partir de la segunda mitad del siglo pasado. Estas reflexiones, han develado las relaciones de poder racializadas y asimétricas que han sido constitutivas de la mexicanidad. La categoría de mestizo, eje central de las narrativas que crearon la identidad mexicana, ha servido como mecanismo para llevar a cabo y ocultar los procesos de desindianización forzada sobre los que se ha construido, así como el racismo que subyace a la aspiración a la blanquitud que ha caracterizado a la ideología mestizante (Gómez y Sánchez, 2012).

En las últimas décadas han proliferado proyectos de diseño social con personas o colectivos de pueblos indígenas que proponen, entre líneas, el diálogo de dos ontologías diferentes por medio de la disciplina del diseño. Son pues, propuestas de espacios interculturales en los que interactúan dos otredades: el diseñador, que generalmente se autodenomina mestizo, y las personas que se nombran y reconocen como parte de alguno de los pueblos originarios del país. ¿Cuáles son las tensiones, contradicciones y claroscuros que se dan en este encuentro? ¿Es el diseño un canal de comunicación por el cual se puede problematizar el racismo/clasismo propio de nuestra identidad o se convierte en una refuncionalización del mismo?

Es éste el interés central de la ponencia y de la investigación realizada durante dos años para la maestría de Comunicación y Cambio Social en la IBERO Puebla. A través de los relatos de distintos diseñadores, se ha tratado de esbozar cómo vive nuestra profesión el encuentro con el Otro que ha sido estigmatizado por su raza. De esta forma se develan las formas en las que se mantienen o se disputan las asimetrías de poder de una historia añeja.

Típico Estereotípico: Identidades raciales negras para el consumo de videojuegos

María Camila Gómez Alfonso

macagoa29@gmail.com
Independiente

Resumen

La industria de los videojuegos es un territorio extenso para la creación y desarrollo de cualquier universo, narrativa y escenario. Siendo el diseño la base estructural de esta industria, las posibilidades para la formación de identidades es infinita.

Este paper plantea la reflexión sobre cómo una industria que estadísticamente está en su mayoría constituida por hombres blancos que diseñan y crean personajes tienden a generar arquetipos reflejando una realidad estereotípica que influye en el desarrollo de identidades visuales y digitales para la comunidad negra en los videojuegos. Por ende la exportación y consumo de ellas ha constituido el refuerzo de imágenes pobres y débiles que son perjudiciales para la transformación y transición de identidades más veraces de las personas negras dentro y fuera de la industria.

Desde el análisis que se realiza de esta industria, se categorizan varios personajes que resultan del proceso de investigación de diversos tipos de videojuegos. Para dilucidar cuál es el impacto de esto en la virtualización de experiencias sociales dentro del marco contextual de diferentes realidades; se hace una interpretación de qué rol cumplen estos personajes dentro del juego y en su narrativa, apuntando al sesgo y discusión de la visión de los creadores, diseñadores y desarrolladores para la muestra de representaciones y consumo de identidades de personajes afrodescendientes en la trama de los juegos.

Esto con el objetivo de abrir paso a la construcción de nuevos escenarios y oportunidades dentro del universo gamer para nuevas perspectivas de diseño en identidades, historias, caracterización y construcción de personajes, desmantelando las estructuras coloniales y racistas en la generación de puentes en el diálogo y consumo de nuevas representaciones, experiencias y enfoques en la industria de los videojuegos.

Transformación psíquica del cuerpo en el videojuego

Guiomar Jiménez Orozco

gjimenezo@centro.edu.mx
Centro de Diseño Cine y Televisión

Resumen

El cuerpo es percibido en una especie de existencia extensiva que llega a diluir su conciencia física porque el flujo semiúrgico es el dominante. Se ha tocado el imaginario de lo omnipresente y omnipotente del humano desde un espacio físico limitado en el que se conecta con el mundo y con metamundos que abre el videojuego. En esta conexión, el usuario puede configurar su apariencia desde el avatar y los personajes del videojuego. Adquiere características inimaginables que cambian el color de la piel o el cabello; la construcción del género; o las fuerzas y habilidades que puede adquirir en la pantalla. Ya no se trata del cuerpo en el que le ha tocado vivir, sino el cuerpo que se puede construir y con el que se puede desplazar. De ahí, que puede realizar actos que en su mundo atómico significan la muerte, la pérdida de libertad o simplemente la indiferencia de otros. Este trabajo identifica cómo en el plano digital del videojuego lo que importa es la proyección psíquica de cómo se existe a partir de la figura narratológica del actante.

Valorização das identidades culturais como substrato para inovação social em projetos de Design Estratégico

Alessandra Dias Guglieri,
Claudia Palma da Silva

alessandra.guglieri@gmail.com,
claudiapalmadasilva@gmail.com
Unisinos

Resumo

Entendemos identidade cultural, como o conjunto de valores, regras e comportamentos que caracterizam os indivíduos de uma determinada cultura. O designer, atua em realidades transculturais, onde a diversidade cultural vai além dos limites geográficos. São espaços plurais de troca e assimilação, que estão em movimento. Para Morin (2011), essa pluralidade manifesta-se pela diversidade de identidades encontrada em todas as sociedades, sejam pelas diferenças cognitivas, sejam pelas diferenças que emergem do intercâmbio entre as culturas.

Para que não haja um embate, é preciso que se estabeleça a lei do diálogo como regra. Morin (2011) explica ainda que, nesse processo transcultural, há um calor cultural, e em uma analogia com o conceito físico, onde há calor, há agitação e mudança. Esse calor cultural, que as identidades culturais, oferecem, pode ser oriundo de um catalisador; o design estratégico. Portanto, onde houver calor cultural, há multiplicidade de idéias e inovação.

Desenvolvemos então, uma metodologia específica de projeção por cenários panorâmicos, que considera as diferenças culturais, como um importante contraponto de valores e sentidos que serão resultantes desses processos dialógicos e que são representados nos projetos de design.

Chamamos panorâmicos, cenários que privilegiam a pluralidade de identidades nos processos.

Assim, sugerimos métodos de design estratégico para operar por processos transculturais e colaborativos onde o designer encontra na diferença cultural, presente nas identidades, substrato para a inovação social. E, concordamos com autores como Manzini (2008) e Meroni (2008) na perspectiva de que a inovação social exige a mudança de comportamento cultural. Essa é uma metodologia que foi aplicada na cidade de Porto Alegre em 2018, na Universidade Unisinos, e resgata as identidades dos sujeitos envolvidos no projeto. Disso resultaram projetos utópicos para cidades, a partir da diversidade de identidades culturais.

IDENTIDADES EN TRANSICIÓN

MX 2019
DESIGN CONFERENCE
IDENTIDADES EN TRANSICIÓN

IBERO
Ciudad de México • Tijuana ®

Diseño /