

TIEMPOS

TIEMPOS

PRODUCCIÓN

FUNCIÓN

ÉTICA

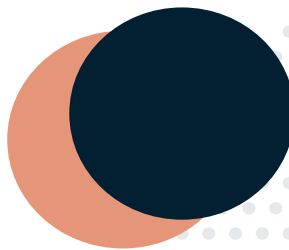
ALIMENTACIÓN

DISEÑO

ARTESANÍA

CONSUMO

MUJER



TEORÍAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL II

2020-1

PÁGINA LEGAL

Editorial

Cristián Lagos Burgos

Diseño y Diagramación

Miyerlandi Cristancho Fajardo
Adrián Riveros Fajardo

Ilustraciones

Daniela Rolón
David Felipe Chavarría Forero

Diseño de portada y contraportada

María Isabella Lesmes
Angie Galvis Hincapié

Autores

Miyerlandi Cristancho Fajardo
Adrián Riveros Fajardo
Cristián Lagos Burgos
Daniela Rolón
David Felipe Chavarría Forero
María Isabella Lesmes
Angie Galvis Hincapié
Daniel Oviedo Sandoval

Agradecimiento a

Johanna Zarate Hernandez

Universidad Jorge Tadeo Lozano

Bogota D.C

Mayo 2020

CONTENIDO



1 Editorial

Introducción al desarrollo del contenido de nuestra revista con un enfoque hacia el diseño.

2 Perfiles

Se expone una muestra concreta del perfil de cada autor participante de esta editorial.

3 Artículos

Desarrollo de un texto a partir del futuro del diseño en el siglo XX

4 Cuartilla

Análisis sobre un producto, empresa o diseñador

5 Red Neuronal

Conexión de conceptos estudiados alrededor de la historia del diseño.



El diseño industrial es una disciplina estratégica enfocada en convertir aquellos problemas en oportunidades a través de mediadores, usando herramientas como la innovación dentro de una realidad ambiental, social, económica, cultural y tecnológica, brindando solución a las necesidades de las personas; las cuales pueden abordarse desde diferentes perspectivas. Actualmente, se plantean varias metodologías y enfoques para el desarrollo de proyectos apostando a un diseño incluyente, donde el usuario sea el foco central.

La asignatura de Teorías del diseño industrial II, busca centrar su interés en el estudio de las estructuras teóricas e históricas que puedan plantearse como fundadoras de la amplia configuración de conocimiento del Diseño Industrial y en particular de su condición disciplinar.

Esta revista contiene contextos, argumentos y conceptos de los estudiantes de la asignatura, dejando en evidencia el proceso abordado durante el semestre. Busca otorgar a través de esta herramienta teórica una nueva mirada crítica y constructiva a los lectores, permitiendo la localización conceptual y argumental de su disciplina con relación al amplio universo del conocimiento y su desarrollo.

PERFILES



Miyerlandi Cristancho Fajardo

Soy estudiante de último semestre de Diseño Industrial. Entre mis áreas favoritas de diseño se encuentran el trabajo con comunidad y el desarrollo de productos para el aprendizaje didáctico. Soy apasionada en todo lo que hago, principalmente por mi trabajo y por conocer otras culturas. Sueño con diseñar para transformar el mundo, generando gran impacto con cada una de las cosas que hago. Mi meta es lograr que las personas puedan cambiar y evolucionar a través de mis diseños.



Adrián Riveros Fajardo

Actualmente, finalizando el proceso de formación de Diseño Industrial, mi propósito es aplicar las herramientas adquiridas en la academia para potenciar los procesos en la industria. Enfocado a solucionar falencias en áreas de trabajo que están impidiendo el funcionamiento eficiente de un operador. Habilidades en manejo de softwares 3D, para realizar simulaciones que permitan acortar tiempos del desarrollo de un producto.



Angie Galvis Hincapié

Soy estudiante de séptimo semestre de Diseño industrial en la universidad Jorge Tadeo Lozano. Mis intereses se centran en aportar al arte y la cultura factores humanos inmersos en el diseño teniendo en cuenta los avances tecnológicos, pero sin perder el trabajo manual con lo cual me identifico. Así mismo, me ha permitido tener una conexión en el contexto de la expresión artística creativa manual y también con los software especializados proyectados en un competitivo y dinámico campo del diseño industrial.



Daniela Rolón Alvarado

Soy estudiante de Diseño Industrial, curso actualmente séptimo semestre, considero que el diseño me ha permitido comprender el mundo de una forma diferente, donde generar oportunidades para proyectos y nuevas ideas están dadas de la forma en que las logro comprender e innovar. Considero que el diseño objetual y de espacios son lo que más me gusta y me inspira.



Daniel Oviedo Sandoval

Diseñador industrial en formación, enfocado en el modelado 3d y la ilustración análoga y digital. Habilidades en desarrollo de productos enfocados en el cliente con consciencia ambiental y social. Con conocimientos y experiencia en procesos productivos, proyectos sociales y diseño crítico.



María Isabella Lesmes

Actualmente, soy estudiante de séptimo semestre de Diseño industrial, mi aspiración profesional es generar propuestas que contribuyan a la optimización de la calidad cultural, ambiental, social y humana, tengo mayor experiencia académica en el área de diseño de producto, sin embargo, últimamente un área de trabajo que ha sido muy importante para mí es el desarrollo de estrategias sostenibles a nivel ambiental y social.



David Chavarría Forero

Soy estudiante de octavo semestre de diseño industrial de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, a lo largo de mi carrera he recorrido las diferentes ramas de la disciplina y lo que más resalta de lo que he aprendido es el rápido avance de la tecnología y el alcance que tenemos como diseñadores para obtenerla, apropiarla y ayudar a seguirla desarrollando siempre con el fin de ayudar al planeta (Humanos, ecosistemas y animales).

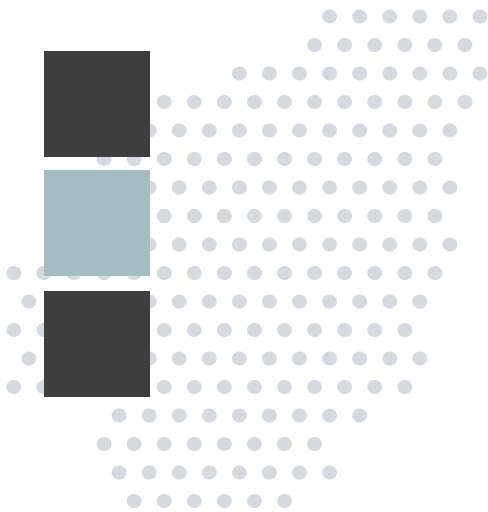


Cristían Lagos Burgos

Diseñador industrial y arquitecto en proceso de formación de la universidad Jorge Tadeo Lozano con capacidades y formación para el desarrollo de proyectos de diseño, enfocados en la satisfacción del cliente y el aprovechamiento de la capacidad productiva de la empresa. Líder comprometido con las metas proyectadas y un gran apoyo con los compañeros de trabajo, emprendedor y responsable. Con mentalidad abierta y analítica que me permite enfrentar los cambios de un sistema altamente dinámico. Tengo destrezas en identificar nuevas oportunidades de negocios y un buen dominio de relación con las personas.



ÉTICA DEL DISEÑO: UNA MIRADA AL DISEÑO Y CONSUMO COLOMBIANO.



Escrito por:
Cristian Lagos

A lo largo de la historia, el mundo ha evidenciado un constante desarrollo tecnológico, social, económico y cultural, este crecimiento se ve directamente relacionado con el diseño, el consumo y las emociones de los seres humanos. Todo esto ha conllevado una alta demanda de nuevos artículos, bienes y servicios, que no solo se encargan de suplir nuestras necesidades básicas, que se ha enfocado en estereotipos sociales, disfrazar “necesidades como básicas” las cuales solo cumplen en un requisito social. Esto, como resultado del sistema económico capitalista mundial en el cual su principal objetivo es llevar a la sociedad a un círculo vicioso de adquisición de bienes tangibles e intangibles.

Es importante evaluar la relación entre sentimientos, consumo y el diseño de más bienes y servicios, según la lectura diseño emocional (Norman, 2005)., encontramos que desde el comienzo de la producción en masa no ha cambiado gran cosa hasta entonces, en esa época el mundo se alimentaba de sentimientos igual que ahora, lo único que ha cambiado son los productos que utilizamos para jodernos entre nosotros, tomando como principal estrategia los sentimientos de los seres humanos para generar en ellos una necesidad. En un panorama más local

¿Cómo se ven relacionadas las emociones de los colombianos con el diseño de objetos para la generación de sensaciones y como puede considerarse un diseño racional/emocional?

Según la revista dinero, en el 2019 Colombia tuvo un incremento del 4,3% en términos de gastos de los hogares (Revista Dinero, 2019), esta cifra nos permite afirmar que el panorama del diseño y el consumo colombiano, no es muy diferente al global, y es alimentado principalmente de percepciones, emociones e impulsos. Esto pasa porque la gente gasta el dinero en cosas que le hacen sentir bien, y donde fluye el dinero fluye el consumo. Así pues, cuanto más puedas influir en las emociones de las personas, más dinero y poder tendrá el mercado de consumo, de esta manera, hace que el dinero en sí mismo genere una forma de intercambio utilizada para compensar brechas morales entre la gente, principalmente

en las nuevas generaciones, en donde el dinero es gastado en el bienestar y el placer del momento, corroborado por la revista publicidad y mercado. (Publicidad y mercado, 2019).

El progreso tecnológico, es sólo una manifestación de la economía, las tecnologías han inventado e investigado cosas para hacer que la gente se sienta mejor o evitar que se sienta peor. La imprenta, la industria textil, el mobiliario, la industria automotriz, son cosas que han aportado al diseño en Colombia, pero a la vez se han perdido fortunas por cosas que supuestamente ayudan a la gente a mejorar o evitar el dolor de sus necesidades, esas cosas hacen que las personas se sientan mejor, por lo tanto, la gente se emociona, gasta dinero y entonces llega el boom del consumo. Actualmente los productos de diseño en Colombia han venido creando estereotipos e inclinaciones por género para su uso: los camiones, las consolas de videojuegos, los autos, las motocicletas van dirigidos a los hombres como manera de indicar la fuerza y la confianza; el maquillaje, los bolsos, las salidas de compras va dirigido a las mujeres como manera de ser amada y llamar más la atención. La producción de cerveza y licor va orientada a la diversión y hacia el centro de toda una fiesta. Todo lo anterior gira en torno al diseño industrial, y lo que busca la industria de consumo masivo, fuera de un control de diseño ético, es indagar los puntos de dolor del consumidor y hacer que se sienta peor de manera muy sutil, y la idea es provocar vergüenza

e inseguridad de los usuarios, y luego saltan al mercado a través de invasiones publicitarias diciendo que su producto resolverá esa vergüenza y lo libraré de esa inseguridad. Dicho de otro modo, la perspectiva del diseño antiético en Colombia identifica o acentúa de manera específica las brechas morales del consumidor, y luego les ofrece maneras de llenarlas. Creando así día a día repercusiones psicológicas frente a la solución de su bienestar que probablemente son perjudiciales, corroborando la relación directa que existe entre el diseño, con la generación de sensaciones positivas o negativas (extrañas), por la adquisición o no de distintitos objetos, con el fin de justificar lo mencionado anteriormente, se trae a prelación como Carolina Alba Gonzáles en su investigación consecuencias sociológicas del consumismo en la última década dice: “Los ídolos introducidos a través de los medios de comunicación introducen a los faltos de identidad un modelo de consumo o una identidad de consumo, llevándolos a consumir productos innecesarios a cambio de la “felicidad” prometida” (González, 2014).

La vida en la era del diseño emocional y racional en Colombia, aunque más complejo que antes, sigue siendo relativamente simple comparado con la actualidad en otros países; existe una amplia clase media y floreciente dentro de una cultura relativamente homogénea en nuestro país: vemos los mismos canales de televisión, escuchamos la misma música, comemos la misma comida, nos relajamos en la misma clase de sofás, leemos los mismos periódicos y revistas,

usamos las mismas marcas, acudimos a las mismas cadenas de mercados, etc. en esa era existe encadenamiento y conexión, lo que proporciona una sensación de seguridad. Mientras que el diseño racional genera conocimientos reales en torno a la observación y la logística, el diseño emocional genera productos o servicios en torno a nuestras experiencias sentimentales. Una manera de verlo es que el diseño racional realiza vínculos entre acontecimientos, analogías, contraste, causa efecto, etc. mientras que el diseño emocional realiza conexiones jerárquicas, mejor/peor, más deseable menos deseable, moralmente superior moralmente inferior. De esta manera, el diseño racional piensa de manera plana, cómo se relacionan las cosas con el usuario, mientras que el emocional piensa de manera vertical cuál de esas cosas es mejor. En definitiva, gran parte de las empresas productoras de bienes y servicios se enfocan en copiar el lenguaje de las soluciones brindadas a los comportamientos que se tienen en otros países, generando distracciones, es a mi modo de ver, el concepto de diseño más fuerte del consumo en Colombia. Hemos construido una cultura de consumo, en la que la innovación más tecnológica consiste en averiguar cómo aumentar el entretenimiento (sensaciones de placer) de una nueva manera, con métodos más eficientes e invasivos. Según el párrafo anterior y tomando como referencia lo descrito por Gustavo A. Valdés de León en su libro Tierra de nadie. Una molesta introducción al estudio del diseño: “La identidad del sujeto es el resultado inestable de un proceso

dialéctico, un efecto o producto de la mirada de un otro significativo, mirada que expone el deseo de éste y que se expresa como discurso, mediante el Lenguaje” (Vades, 2010), además que el texto quiera traer a apelación que ni el extremo del consumismo, ni el extremo tradicional son buenos, también nos lleva a preguntarnos si:

¿la creación de mediadores diseño, con identidad propia, podría desatar una nueva religión para el capitalismo colombiano?

En primer lugar, es evidente que el diseño colombiano no posee una identidad definida, además de presentar un comportamiento poco crítico en cuanto a la adquisición de diferentes objetos. Corroborando la falta de identidad en la industria colombiana, Palmarola (Palmarola, 2008), plasma como antes de la década del cincuenta, las industrias más tecnificadas, dieron solución a los problemas formales de sus productos a partir de copias de productos de países desarrollados o a partir de la compra de patentes y licencias extranjeras. La dependenciatecnológica manifiesta en la utilización de maquinaria de fabricación extranjera, obligó a las industrias a adaptarse a modelos estandarizados, reduciendo las posibilidades de innovación, concluyendo así que la industria en Colombia carece de innovación, es por esto que quisiera plantear como resolución la idea de “crear un nuevo ADN para el diseño Colombiano”, lo cual probablemente se desencadenaría en un alto potencial económico contra una sociedad fuertemente

ideologizada, que solo ha atribuido a un atraso endémico de nuestra sociedad, careciendo de igualdad e incentivando a la inferioridad racial de su población mestiza. Este nuevo ADN para el diseño colombiano, respondería asertivamente a la pregunta anteriormente planteada, concluyendo así que es de vital importancia generar una identidad definida del diseño colombiano que incluya un individuo más crítico.

BIBLIOGRAFÍA



El diseño desde su función: Producto de tiempos líquidos

- TODO LO SÓLIDO SE DESVANECE EN EL AIRE: La experiencia de la modernidad. Marshall Berman (2010) Capítulo: Todo lo sólido se desvanece en el aire: Marx, el modernismo y la modernización.
- Modernidad líquida, Zygmunt Bauman () Prologo pág. 7 - 20. Capítulo 1: Emancipación pág. 21 - 58.
- Valdes de Leon, Gustavo. (2010) Tierra de nadie. Una molesta introducción al estudio del diseño. Capitulo XI, pan. 209 - 2015.
- Buitrago, Juan Camilo (compilador), 2015 DISEÑO Y PRODUCTO, Cap. Diseño, consumo e individualidad

Diseño : Estético y Funcional

- Augusto Solorzano, M. U. (s.f.). Diseño y Producto . Coleccion Artes y Humanidades.
- Becerra, M. U. (s.f.). Diseño, consumo e individualidad. Universidad del Valle.
- Bonsiepe. (s.f.). Mutaciones del Diseño .
- Dyson, J. (s.f.). Wikipedia. Obtenido de https://en.wikipedia.org/wiki/James_Dyson
- Imaginario, A. (s.f.). Significados. Obtenido de <https://www.significados.com/estetica/>
- Santamaria, S. O. (s.f.). Introduccion a la usabilidad y su evaluacion .

Diseño y Artesanía

Libros

- Berman, M. (2013). Todo lo sólido se desvanece en el aire. Barcelona: Anthropos.
- Duran, O., 2015. Del Objeto A Los Objetos Del Diseño Industrial.
- Grisales Vargas, A. (2015) Artesanía, arte y diseño.
- LA ARTESANÍA COMO INDUSTRIA CULTURAL: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES. (2020). [Ebook]
- Solórzano, A., Uribe, M., González, M. and Buitrago Trujillo, J., n.d. Diseño Y Producto.

Revista

- (2020). Retrieved from <https://www.eltiempo.com/cultura/arte-y-teatro/la-artesania-es-la-industria-creativa-semilla-dice-jimena-puyo-de-artesantias-de-colombia-427194>

Referencias de internet

- Artesanía y Diseño | Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2020). Retrieved 3 April 2020, from <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/crafts-and-design/>
- Mateo, J., 2020. 04 El ICSID Y El Diseño Industrial Web Sobre Diseño Industrial - José Manuel Mateo. [online] Xn–diseadorindustrial-q0b.es. Available at: <http://www.xn–diseadorindustrial-q0b.es/queeseldisenio/04-el-icsid-y-el-diseno-industrial/> [Accessed 3 May 2020].
- SIART, A. (2020). Artesanías de Colombia - Artesanías de Colombia. Retrieved 3 April 2020, from niasdecolombia.com.co/PortalAC/Contenido/ListaTag.jsf?tag=%20Dise%C3%B1o%20Colombiahttp://artesa

El modelo de producción en serie y su contribución a democratizar el diseño

- ¿Del fordismo al postfordismo? El advenimiento de los nuevos modelos de organización industrial, Vicente Safon Cano
- Romero Moscoso, Alberto Carlos (2015) Hombre - León de los objetos. Revista La tadeo de arte. No. 1. Pág 100 - 113.
- Pagina oficial de Braun <https://es.braun.com/es-es>
- Pagina oficial de Ikea <https://www.ikea.com/es/es/this-is-ikea/about-us/vision-e-idea-de-negocio-pub9cd02291>

Alimentación 4.0: Intersección del diseño, tecnología y cambios sociales

- Red mundial por el derecho a la alimentación y a la nutrición, 2018 Alimentos inmateriales: Las contradicciones de una era digital (tomado de <https://www.righttofoodandnutrition.org>)
- Modernidad líquida, Zygmunt Bauman () Prologo pág. 7 - 20. Capítulo 1: Emancipación pág. 21 - 58.
- La Cultura en el mundo de la modernidad líquida, Zygmunt Bauman ,2011, Cap. I Algunas notas sobre las peregrinaciones históricas del concepto de "cultura", Cap. II Sobre la moda, la identidad líquida y la utopía de hoy: algunas tendencias culturales del siglo XXI, pág 9- 32
- Diseño y Producto , Buitrago, Juan Camilo (compilador), 2015,Cap. Diseño, consumo e individualidad, pág 47 - 89
- La cuarta Revolución industrial, Schwab, Klaus. (2016) , Cap.1: La cuarta revolución industrial. Cap. 2: Impulsores. Pág. 6 - 28. Capítulo 3: Impacto 3.4 Sociedad Pág.100-103 Foro económico mundial. Casa editorial el Tiempo.
- High Tech: parcialidades, recortes, juicios y prejuicios. Urrego, Pablo (2015) LA HISTORIA DEL DISEÑO INDUSTRIAL RECONSIDERADA. Bernatene, María del Rosario (coordinadora), Universidad Nacional de la Plata.

El papel fundamental de la mujer dentro de la historia del diseño: Visto desde el genero.

- Canora, M., 2020. La Fuerza De Las Voces Del Feminismo En América Latina. [online] El Orden Mundial - EOM. Available at: <<https://elordenmundial.com/feminismo-en-america-latina/>> [Accessed 18 April 2020].
- Garone Gravier, M., 2009. Los designios de Eva: el género en la identidad del diseño latinoamericano. Revista 180, pp.Pag 32-35.
- López, N., 2016. Una aproximación al diseño desde la perspectiva del género. Festival internacional de la imagen
- Torrent Esclapés, R. (2008). Sobre diseño y género. Mujeres pioneras. Millars: espai i història, [en línia], 2008, Vol. 31, p. 221-3, <https://www.raco.cat/index.php/Millars/article/view/169300>
- Torrent, R. (1995). Mujeres y diseño industrial: la escuela de la Bauhaus.Asparckia. Investigación feminista, (5), 57-69
- Recio, C., 2012. LAS DESIGUALDADES DE GÉNERO EN EL MERCADO DE TRABAJO: ENTRE LA CONTINUIDAD Y LA TRANSFORMACIÓN. Revista economía crítica, (14).

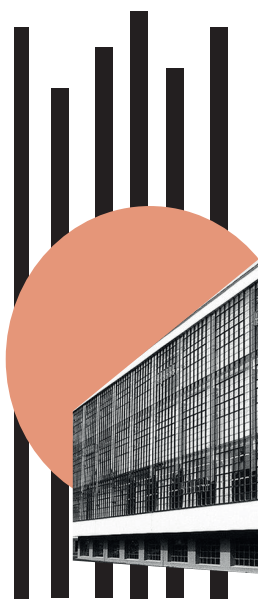
El papel fundamental de la mujer dentro de la historia del diseño: Visto desde el genero.

- Modernidad líquida, Zygmunt Bauman, 1999.
- Todo lo solido se desvanece en el aire, Marshal Berman, 1982.
- 1984, George Orwell, 1949.

Filmografía

- They Live, Dir. John Carpenter, 1988.
- 1984, Dir. Michael Anderson, 156.
- Metrópolis, Fritz Lang ,1927.

MIRADA
CRÍTICA
AL DISEÑO



2020-1



UTADEO

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO