



Cartel para Devenires del Diseño
Diseño: Víctor Hugo Martínez

Colectivo T+D

Doctorado en Ciencias
y Artes para el Diseño

EL COLECTIVO T+D' ESTÁ CONFORMADO POR un grupo de diseñadores y comunicadores, estudiantes y egresados del Doctorado en Ciencias y Artes para el Diseño de la UAM Xochimilco, interesados en la integración de la teoría y la práctica del diseño en sus diferentes facetas y aplicaciones, con el fin de generar habilidades y destrezas que faciliten el manejo de temas, estrategias y propuestas que contribuyan a solucionar necesidades de diseño a nivel social, o bien que aporten a la creación de todo tipo de *objetos de diseño* con fines culturales, educativos, comerciales o artísticos. Sus integrantes provienen de áreas tales como diseño gráfico y audiovisual, estrategias de diseño web y multimedia, animación, diseño de contenido e información, *marketing* digital, señalización digital, semiótica y narrativa, diseño de objetos, geomática, estética, y cuentan con amplia experiencia en diversas áreas de aplicación, expresión e investigación, esto porque la mayor parte de ellos ha culminado su formación en algún nivel de posgrado, e incluso algunos han cursado especializaciones con reconocimiento nacional e internacional.

Instalados en la actual tendencia tecnológica digital, en mayo del año en curso realizaron el coloquio *Devenires del Diseño: Debates sobre la transformación permanente de nuestra experiencia*, una actividad que permitió una amplia exposición de aplicaciones y expresiones de diseño y visualidad, mediante las cuales intentan cumplir ese objetivo de mostrar

¹ Explica el profesor Mario Morales que el nombre "T+D" contiene un juego simbólico. Originalmente la "T" significa Tecnología y la "D" significa Diseño. La conjunción "T+D" puede referir a la expresión "temas de...". Pero, en realidad, lo importante es la vocación de trabajar a partir de temas específicos. De esta manera, el significado de la "T" y la "D" quedan en un segundo plano, abierto incluso a cualquier interpretación.

cómo se llevan a cabo procesos de diseño en áreas específicas. Dada la trascendencia de muchos de estos trabajos, presentamos aquí un compendio de lo ahí expuesto.

Aproximaciones a la noción de espacio en la animación

Por Armando Alva²

En esta charla se expuso cómo la conformación de la cultura se lleva a cabo mediante el intercambio y la producción de significados, los cuales están vinculados con el uso de grupos de signos en las narrativas que se sitúan ante la creación de sentido por parte del espectador. Esta relación entre narración y espectador ha sido abordada por autores como Umberto Eco en *Lector in fabula*.

La capacidad de leer e interpretar el código del lenguaje cinematográfico, en particular, se ha perfeccionado mucho durante las últimas décadas, y debe contemplarse como resultado de un proceso evolutivo en cuanto al desciframiento de códigos. Pero resulta importante comentar acerca de la necesidad de encontrar orden y generar patrones en el registro de información de nuestro entorno (Boyd, 2009), ya que tales características (formación de patrones y orden) constituyen parte de nuestro proceso de interpretación, en tanto que como habilidades pueden ser incrementadas y perfeccionadas.

La animación, como sistema semiótico, contiene igualmente los procesos de significación antes mencionados, y por ende

² Trabaja en el medio de la animación desde hace más de 18 años. Cuenta con estudios en Comunicación gráfica por la UAM Xochimilco (UAM-X) y de Animación cinematográfica por la Concordia University de Montreal. En la actualidad realiza el Doctorado en Ciencias y Artes para el Diseño en la UAM-X, donde es profesor en la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica. Uno de sus intereses consiste en identificar las modalidades de la narrativa en la animación, para contribuir al fortalecimiento del oficio y su campo de estudio.



Aeon Flux (1991) producida por MTV
Animación: Peter Chung

permite transparentar estos procesos y sobre todo analizar y desentrañar la articulación entre unidades signícas, lo cual ayuda a la conformación de una teoría propia. El desarrollo y producción de la animación en México y otras latitudes, necesita de sustentos conceptuales. Pero sólo una vez que se logren establecer esos cimientos teórico-conceptuales, se evidenciará la solidez que puede encontrarse tanto en el campo de lo tangible como en el sustrato de la expresión, es decir, en las formas plásticas.

Marcos y modelos para la construcción de políticas del diseño

Por Virginia Flores³

Esta investigadora expuso que con el propósito de conocer y analizar la relación existente entre las políticas del diseño y los factores

³ Realizó estudios en Diseño de la Comunicación Gráfica en la UAM Xochimilco y posteriormente cumplió una estancia de investigación en la Universidad de Yokohama y cursó la Maestría en Comunicación Visual en la Universidad de Tsukuba, en Japón. Cuenta con experiencia docente y como diseñadora ha trabajado tanto de manera independiente como para empresas e instituciones como grupo San Serif Editores, Dirección de Cultura del Gobierno de Tlalpan o Galería Mexicana de Diseño. Actualmente, realiza estudios de Doctorado en la UAM-X.

económicos, históricos, sociales, políticos y culturales que la determinan, así como para entender cómo los fenómenos mundiales influyen en nuestro contexto nacional, es necesario contextualizarlos en el espacio y en el tiempo. Su ponencia contribuye a reflexionar acerca de las posibilidades de utilizar un modelo comparativo como herramienta de investigación para así poder generar una base de datos que demuestre que los patrones y el desarrollo del diseño industrial no son independientes de las principales estrategias de desarrollo económico y político. Los modelos propuestos son aportaciones que permiten identificar a los conductores y los diferentes factores que afectan las políticas de diseño, para después utilizarlas como referencia.

Autores como Güi Bonsiepe y Alpay Er, en su enfoque estructural de la historia del diseño, hacen una interpretación sistémica que nos permite ver las interrelaciones del diseño y observarlo como sistema económico productivo, sistema científico tecnológico y sistema político económico. Así, Bonsiepe, para explicar la historia propone fundamentarse en seis indicadores y cinco estadios de desarrollo histórico. Su visión sistémica hace ver al diseño no como una actividad profesional aislada del resto de las entidades culturales y naturales, sino como, parte significativa de un sistema sociocultural, cuya finalidad es el desarrollo sostenible, el cual se inscribe en un sistema ambiental de mayor amplitud.

Por otra parte, con base en los modelos de diseño y desarrollo del diseño industrial de Bonsiepe (1990) y de Er (1997), es posible hacer un análisis del desarrollo socioeconómico del diseño industrial en México con el objetivo de organizar los datos no estructurados en un conjunto de categorías que pueden ser utilizadas como indicadores, para desarrollar un recorrido socioeconómico. Así, el contexto

ayudará a contextualizar el diseño y la conformación de políticas de diseño.

La cartografía digital como elemento articulador entre el diseño y la geomática

Por Sergio Marcelino Márquez Cuadra⁴

Se expuso que la cartografía en la era digital se convierte en una herramienta accesible para todos los sectores de la sociedad y no únicamente para el control militar o del Estado, como lo fue durante siglos, por lo que diversifica sus funciones sobre la forma tradicional de un mapa impreso, y se transforma en la base de múltiples sistemas de localización, que permiten establecer redes sociales y de información, es decir, sistemas aplicados a satisfacer necesidades de todo tipo.

A la par del surgimiento de internet en la década de 1960, la geomática nace en Canadá con el propósito de hacer más eficiente el registro y la administración del territorio, incorporando diversas tecnologías, como el sistema de posicionamiento global GPS, las imágenes de satélite, la fotografía aérea digital, los escáneres láser y la automatización de procesos, mediante el desarrollo de algoritmos y de los sistemas de información geográfica.

Actualmente, otros adelantos como el incremento en la cantidad, precisión y velocidad para adquirir los datos e imágenes del territorio, la creciente conectividad a internet y la estandarización de la información geográfica, permiten que este recurso sea manejado por profesionales que no son precisamente especialistas en geomática.

⁴ Es diseñador y maestro en Ciencias y Artes para el Diseño, por la UAM Xochimilco. Ejerce profesionalmente el diseño gráfico, la multimedia, la fotogrametría y la geomática desde hace 20 años, durante los cuales ha participado en múltiples proyectos para el sector público, académico y privado.

Esta condición se manifiesta en la creación de aplicaciones para dispositivos móviles o la visualización de proyectos urbanos y arquitectónicos, entre muchas otras, por lo que las actividades en todos los campos del diseño, y particularmente las de los diseñadores gráficos, encuentran áreas de oportunidad y crecimiento en la práctica profesional.

Diseño, herramientas y estrategias del marketing digital

Por Ana María Gómez Mayorga⁵

Si bien el *Marketing Digital* no es nada nuevo (recordemos que es en los años noventa que aparecen los primeros *banners* publicitarios), podemos decir que hoy en día empresas, instituciones, profesionales y, en general, cualquier grupo social o persona que ofrezca un producto o servicio, para ser competitivo debe asumirse como parte de una cultura digital, la cual exige aprender el uso de nuevas tecnologías, lenguajes y herramientas y, en consecuencia, adquirir nuevas competencias y desarrollar nuevas habilidades.

Para el profesional del diseño, el uso de las herramientas digitales abre un mundo de posibilidades de acción y de autogestión, mismas que, junto con el dominio de elementos y técnicas visuales, lo llevarán a actuar estratégicamente, es decir, a tener un pensamiento analítico para mejorar en cuanto a su toma de decisiones. Para ello debe ejercitarse en procesos que tienen

como base la iteración,⁶ los cambios ágiles, la experimentación, la interacción y la participación del usuario. Pero la apertura y acceso a la información debe darse en tiempo real y de manera transparente, a fin de generar una respuesta inmediata de la comunicación del mensaje.

El adquirir nuevas competencias, el estar familiarizado con los canales digitales tales como las redes sociales, las campañas PPC (*Pay Per Click*), el e-mail o el posicionamiento SEO (*Search Engine Organization*), así como con el manejo de herramientas de análisis y seguimiento de datos, permiten al profesional del diseño aprovechar un mundo extenso de posibilidades dentro del ecosistema digital.



Diagrama: Diseño, experimentación, interacción y participación

Autor: Ana María Gómez Mayorga

Rediseño: Nancy Núñez

⁵ Es diseñadora gráfica con especialidad en multimedia por la Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA). Está certificada a nivel internacional por el Digital Marketing Institute del European Qualification Framework. Actualmente, es responsable del área de comunicación gráfica de la empresa comercializadora Delta Unlimited Trading, en donde desarrolla imagen de marca, video animación, contenido web, campañas digitales y proyectos especiales de *branding*.

⁶ Diseño de iteración es simplemente pasar de una versión de diseño a otra mejor. Para ello, en cada paso se realiza una evaluación de usabilidad (test o heurística) para certificar la mejora. Cada iteración conlleva la elección de un pequeño conjunto de requisitos que permite rápidamente diseñar, implementar y probar. Definición tomada de: <http://albertolacalle.com/disenio-iteracion.htm>

Infovisualización y visualidad: transformaciones narrativas y sus repercusiones estético-cognitivas

Por **Jacqueline Gómez Mayorga**⁷

La expositora señaló que dentro del diseño gráfico y audiovisual, una línea de estudio e investigación obligada es el diseño de información. Esta técnica implica trabajar con determinado orden el contenido (gráfico, visual, auditivo, estático y animado) para un objetivo específico, fundamentalmente narrativo. El contenido es la materia prima de toda posibilidad de comunicación digital y su unidad mínima es el infodato; por ello es importante saber cómo, por qué y para qué diseñar este tipo de unidades. Aunque la

tecnología permite más y mejores formas de manipular imágenes e infodatos, conseguir un buen diseño y experiencias de usuario idóneas depende de procesos y saberes creativos, analíticos y sintéticos. Junto con ello, la transformación de contenido contempla criterios tanto estéticos (forma, expresión, experiencia y sentires) como cognitivos (percepción, esquematización, razonamiento, memoria, imaginación), los cuales deben ser contemplados en la producción de narrativa infográfica.

Lograr infodatos dinámicos y de fácil comprensión, para expresar algo y motivar a alguien, también implica trabajar con base en dos cualidades válidas para cualquier tipo de contenido: la infovisualización y la visualidad. La primera consiste en la correcta y sencilla representación y diagramación de



Esquema: *Proceso de diseño de información y transformación de contenido*

Autor: **Jacqueline Gómez Mayorga**

Rediseño: **Nancy Núñez**

⁷ Maestra en Ciencias y Artes para el Diseño y Comunicóloga Social. Se especializa en la investigación y diseño de contenidos y actualmente indaga las posibilidades creativas en el diseño de la información para medios digitales. Es analista audiovisual y

cinematográfica, así como gestora de contenidos educativos y científicos. Pertenecer a la Asociación Mexicana de Estudios en Estética, a la Asociación Mexicana de Teoría y Análisis Cinematográfico y al Colectivo T+D.

la información; la segunda indica la forma agradable, inteligible y legible que han de adquirir los datos, según convenciones visuales o perceptivas, artísticas o expresivas y socioculturales. Sin la atención explícita a dichas cualidades no es posible hacer narrativas infográficas adecuadas, derivadas de un conocimiento especializado del proceso estético-cognitivo y sus repercusiones. Esto aplica para cualquier contenido, sea éste educativo, científico, artístico, publicitario, de entretenimiento u otro. Es por todo lo anterior que el estudio y la investigación son indispensables en el diseño, porque constituyen la manera de saber, con plena responsabilidad profesional, con qué recursos contamos, cómo se debe organizar la información, cómo se percibirá, cómo se puede interactuar con ella y de qué manera se solucionan los problemas de infovisualización y visualidad.

Memética, guerrilla comunicacional y las batallas por la imaginación

Por Mario Morales⁸

Un meme, nos recuerda el expositor, es una partícula de información cultural que se transmite de cerebro a cerebro. El término lo acuñó Richard Dawkins en 1976, en su libro *The selfish gene*. Dawkins quiso dar a este tipo de diseminación informática el mismo nivel científico que tienen los genes como elementos de transmisión de informa-

⁸ Doctor en Ciencias y Artes para el Diseño, en el área de Teoría e Historia Críticas, por la UAM Xochimilco; cuenta con estudios de Maestría en Creatividad para el Diseño, por parte de la Escuela de Diseño del INBA, y es licenciado en Diseño de la comunicación Gráfica, por la UAM Azcapotzalco; en Psicología, por la Facultad de Estudios Superiores Iztacala, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), y en Filosofía, por la FFYL de la UNAM. Actualmente es profesor de diseño editorial en la carrera de Diseño en la UAM Cuajimalpa.

ción, por ello buscó un expresión semejante a la de gene (que en inglés suena parecido a meme). No obstante, a través de este vocablo se remite también a la raíz griega de las palabras memoria y mimesis, las cuales le ayudan a definir el nuevo vocablo en términos de propagaciones o herencias culturales que se dan principalmente por imitación. En 2001, el término fue retomado por el activista social y diseñador, Kalle Lasn, para proclamar que las batallas geopolíticas de la era de la información se darían a partir de lo que él llamó “guerra de los memes”. Este autor no solamente estaba familiarizado con el trabajo de apropiación y desviación de imágenes de la piratería publicitaria, sino que conocía la influencia que este tipo de prácticas tienen desde los años sesenta, según lo propone Umberto Eco, quien había llamado a tal fenómeno “guerrilla semiológica”. Bajo este término, Eco proponía una forma de acción para incitar a los espectadores a que controlen los mensajes que les son enviados desde los medios de comunicación tradicionales, interceptándolos en el camino para posibilitar diversas formas de recepción e interpretación. Tal estrategia se proponía como una forma de mostrar las discrepancias que ocurren en los mensajes en la comunicación masiva, entre el código de partida y el de llegada, es decir, entre el emisor y el receptor.

Para entender y dar sentido a este tipo de tácticas de reapropiación a las que hoy estamos acostumbrados con los memes de internet, habría que hacer una genealogía que incluya una serie de prácticas artísticas que, de alguna forma, podrían ser sus antepasados. Para hacerlo, como historia mínima habría que incluir a los dadaístas y sus collages; el *L.H.O.O.Q.* de Marcel Duchamp; el cartel *¿Qué es lo que hace exactamente los hogares de hoy en día tan diferentes, tan atractivos?* de Richard Hamilton,



Jamie Reid, *God Save The Queen*, 1977

y asimismo todo el arte pop, seguido de las intervenciones a anuncios de los situacionistas, los *decollages* de Jacques de la Villeglé y otros “nuevos realistas”. Otros ejemplos destacados serían la fotografía de la reina de Inglaterra con un seguro en la nariz y la leyenda “God save the queen” que ilustrara el polémico tema de los Sex Pistols, junto con toda la imaginería punk, por supuesto; lo mismo que el *culture jamming* y los *tactical media* de los años ochenta. Y ya en la actualidad, no olvidemos la importancia que ha tenido en México la caricatura política (si bien con larga tradición desde que este país se constituyó como tal). Los memes, por tanto, cargan con toda esta tradición, se quiera o no. Por ello, es necesario marcar una línea histórica que sirva como memoria, pues aunque los memes bien pueden ser usados para la propaganda y la publicidad, también habría que recordar que junto a eso siempre hubo brotes de crítica, cuestionamiento y disidencia.

Los discursos y el pensamiento sobre el diseño

Por Liliana Ceja Bravo⁹

Esta investigadora nos explica que la disciplina del diseño se desarrolla en función de la cultura y los procesos sociales y económicos del contexto en donde se ubica.

Históricamente, el diseñador ha estado al servicio de la sociedad. En los siglos XIX y XX, durante la Revolución Industrial (el contexto en el cual surge el diseño como disciplina) buscaba dar respuesta a la configuración del entorno material de los individuos, dando respuesta a la producción de objetos de diseño que tenían que ser más funcionales, bellos, durables y económicos, no solamente en cuanto a su producción, sino en cuanto al uso de materiales y formas.

El gran cambio en el enfoque del diseño se da con la llamada Tercera Revolución Industrial. Esto porque, debido al desarrollo de las tecnologías de la información, tanto el lenguaje del diseñador como los procesos de trabajo y los soportes de comunicación cambiarían de manera importante dando paso al diseño posindustrial. Es en este contexto, que al diseñador se le demanda tomar una postura más crítica frente a su mundo, por lo que su práctica de diseño también debe de cambiar. Actualmente se han democratizado muchos de los pasos del proceso de diseño, y la actividad de diseñar se abre a la participación de muchas personas, ya casi no existe el diseñador trabajando solo, hoy se requiere que forme parte de equipos

⁹ Diseñadora interesada en la enseñanza, reflexión y promoción del diseño, y especialista en creatividad, procesos y prácticas del diseño. Estudió la Maestría en Artes Visuales con orientación en Diseño y Comunicación en la UNAM. En la actualidad es alumna del Doctorado en Ciencias y Artes para el Diseño en la UAM Xochimilco.



Times Square at Dusk (2011)
Fotografía por: Peter Chung
Tomada de: www.flickr.com

multidisciplinarios, que tenga conocimientos transdisciplinarios. Se ha pasado de diseñar para las personas a diseñar con las personas; de diseñar objetos de diseño a crear experiencias. El diseñador hoy es más un investigador y facilitador de procesos: un catalizador de propuestas; un mediador de relaciones.

Digital *signage*, o señalización digital, como modelo dinámico de información

Por Álvaro Rivero¹⁰

La propuesta aquí expuesta consiste en describir el proceso de construcción de un ambiente de señalización digital y las particularidades del funcionamiento del *software* que se utiliza para su creación. Se enfatizan las ventajas sobre los modos tradicionales, las cuales consisten principalmente en la manipulación de información con fines publicitarios, presentados con grafismo dinámico, con mejor control y manipulación de los elementos en tiempo real, permitiendo integrar video y elementos web en la misma señal. ✈

¹⁰ Es comunicólogo especializado en la implementación de tecnologías digitales para la producción y distribución de contenidos audiovisuales. Ha participado en proyectos de digitalización, producción, transmisión de video por internet y diseño de modelos de negocios basados en estrategias digitales. Actualmente, dirige el departamento de tecnología de Sinergis, empresa especializada en plataformas para la producción digital. Es pasante de la Maestría en Filosofía y Medios de Comunicación, donde investiga la relación de los soportes de la información y la memoria audiovisual.