

**Conferencias en la UAM
Reflexiones en torno a la
Sociología del Diseño**

Joan Costa

Índice del contenido

El futuro del Diseño

Joan Costa

Hacia una sociología crítica del diseño

Joan Costa

El hombre como eje del pensamiento de
Joan Costa

Daniel Covarrubias Castejón

Diseño de la Comunicación Gráfica
¿Hacia un verdadero sentido social?

Silvia Guzmán Bofill

Comunicación en el siglo XXI Reflexiones sobre
el pensamiento de Joan Costa

Cuauhtémoc Salgado Barrera

Cambio de paradigma en los procesos
de comunicación y diseño

Iarene Tovar Romero

El diseño frente al conocimiento,
la comunicación y la cultura

M^a Teresa Olalde Ramos

El producto de diseño industrial
como soporte de comunicación

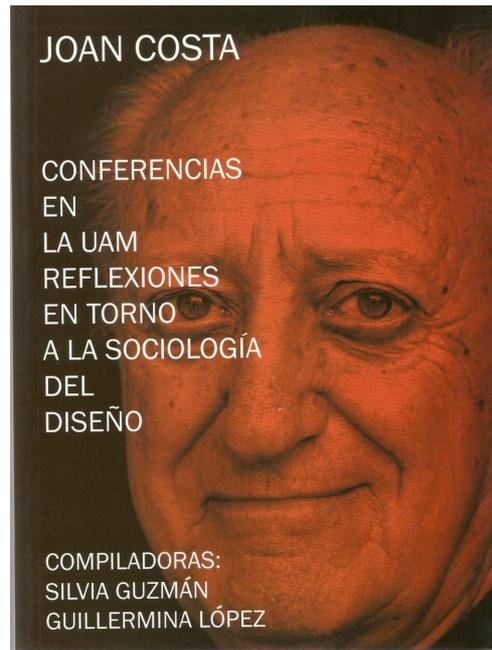
Eduardo Ramos Watanave

Diseñar para los ojos y los sentidos del usuario:
la perspectiva de del diseño industrial

Jorge Rodríguez Martínez

La enseñanza del diseño arquitectónico
en las universidades

Guillermina López Arredondo



La personalidad en la red
Carolina I. Ramírez González

Permutaciones gráficas
en la era de las discrepancias
Manuel de la Cera Alonso y Parada

El diseñador en la era digital: regreso al origen
Víctor Manuel Collantes

Diseñar frente a la experiencia
Víctor Miguel Bárcenas Sánchez

Presentación de la obra

La División de Ciencias y Artes para el Diseño en una constante dinámica de actualización de las carreras que alberga, ha dirigido muchas de las actividades académicas al análisis epistemológico para la estructuración de una teoría del diseño que constituya su marco conceptual, atendiendo, al mismo tiempo, al impacto social que toda actividad humana conlleva.

Mediante seminarios, mesas redondas y conferencias, la planta docente interesada en estos tópicos, converge en espacios de reflexión cuyo antecedente primigenio fue el seminario interdisciplinario *De la Reflexión a la Acción: 30 años de Diseño Contextuado*, organizado por el Dr. José Ignacio Aceves Jiménez, en ese entonces jefe del Departamento de Investigación y Conocimiento para el Diseño. En su ensayo, publicado en un compendio en el que todos participaron, se lee: “En un contexto global en el cual circulan libremente capitales, personas y productos ocasionando una distorsión en la vida cotidiana de los individuos y consecuentemente una depreciación de la verdadera cultura nacional (...) se está preparando al diseñador con el fin de que despliegue su ingenio para satisfacer las demandas de una sociedad globalizada que día a día acelera su paso al ritmo vertiginoso de la tecnología digital y que reacciona al impacto de los intereses de los grupos económicos (...) Más que en otros tiempos, en la actualidad nuestro país debe centrar su atención en formar diseñadores capacitados para trabajar con un sentido social y atentos a encontrar respuestas a las demandas de la sociedad”.

En este sentido y para un análisis sociológico de la práctica del diseño con los referentes de la experiencia que sobre el tema se tiene en otras latitudes, se invitó al Dr. Joan Costa a impartir la conferencia titulada *Sociología del Diseño y Comunicación* en el marco del Seminario *Joan Costa. Conferencias en la UAM-A* organizado por el área de investigación de Análisis y Prospectiva del Diseño así como el área del Hábitat y Diseño, pertenecientes al departamento antes mencionado.

La enseñanza principal del discurso de Costa fue el enfoque humanístico que hace del diseño un valor agregado y alienta al desarrollo de proyectos con miras a elevar la calidad de vida del individuo y de su entorno social. Como mencionó el teórico, “el diseño se justifica en la medida que sirva a la sociedad, en que la haga más agradable, más vivible, más razonable, en la medida en que sea participativo, comunicativo, y más orientado a las causas cívicas, así como a las culturales”. Una visión humanística del diseño en una sociedad marcada por el sello del *marketing* deberá considerar los aspectos antes mencionados como fundamentales.

En su discurso, Joan Costa hizo referencia también a un problema de actualidad que es el bombardeo visual por la proliferación de productos con los que el diseñador trata de captar la atención entre miles de informaciones; esto, más los actos cotidianos que realizamos como conducir, trabajar, alimentarnos, “hacen que nuestros ojos sigan líneas de visión mientras nuestro cerebro se encarga de decodificarlos simultáneamente para hacer una selección de esa información o para descalificarla”.

Por el exceso de imágenes que sólo vemos de un vistazo, perdemos la oportunidad de obtener conocimientos valiosos: “La mirada es activa: busca, escudriña, exige y contempla; absorbe información, emociones y valores... El ojo es la fuente que ilumina la percepción intelectual, y es la vía al conocimiento”.

La información cinética o auditiva con la que nos presiona el mercado, nos despierta el deseo de algo sin necesitarlo, liberando el afán de poseer, de gastar y de mostrar nuestro poder adquisitivo o bien, para satisfacer una necesidad psicológica que nos redima de nuestras emociones.

De esta charla derivaron un cúmulo de reflexiones que enriquecen significativamente el concepto social del diseño, el rol del diseñador y el de la comunicación, en un sistema sin fronteras.

Profesores de los departamentos que integran nuestra División, abordaron el tema desde distintos ángulos a partir de su propia experiencia académica retomando, al mismo tiempo, el panorama que el conferencista expuso en el que el diseño adquiere, en la actualidad, significados de dimensión masiva.

La publicación que aquí se presenta recoge una transcripción revisada del audio de la conferencia que dictó el maestro, en el seminario *Joan Costa, Conferencias 2006*, así como las reflexiones de los profesores asistentes, en torno al tema que se presentó en ese evento. Además, en esta ocasión, Joan Costa nos ha distinguido con su autorización para la publicación de un texto inédito: la lección inaugural de su curso en el *Istituto Europeo di Design* titulado *El futuro del Diseño*, lo que cierra felizmente este proyecto y nos permite continuar con la tradición de conservar una memoria escrita de las actividades académicas, además de ampliar el acervo documental del Departamento de Investigación y Conocimiento, así como el de la División CyAD (Ciencia y Artes

para el Diseño), con el objetivo de crear una fuente actualizada de consulta para los alumnos y docentes.

Finalmente, queremos hacer manifiesto nuestro agradecimiento al Mtro. Alejandro Ramírez Lozano, actual jefe del Departamento de Investigación y Conocimiento, por el apoyo para la producción de esta obra, así como al diseñador Félix Beltrán, gran amigo de Joan Costa y compañero nuestro, por el atinado diseño de la cubierta. Haber contado con su valiosa colaboración es una distinción que privilegia la edición de este libro.

*Silvia Guzmán
Guillermina López*

Costa, Joan
Conferencias en la UAM. Reflexiones
en torno a la Sociología del Diseño.
Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Azcapotzalco – México
1ª edición, septiembre de 2010
150 páginas
ISBN 978-607-477-272-2