

VIII Congreso Internacional de Diseño de La Habana, Cuba Diseño con Sentido – 2015

Pensamiento complejo en el taller proyectual / **Diseño, identidad y cultura**

Autores:

FILPE, María de las Mercedes

Diseñadora en Comunicación Visual

UNNOBA / Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires

Directora IDI / Instituto de Diseño e Investigación

idi@unnoba.edu.ar / mercedes.filpe@gmail.com

GUITELMAN, Sara

Diseñadora en Comunicación Visual

UNNOBA / Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires

UNLP / Universidad Nacional de La Plata

teescribesara@gmail.com

Resumen

Ante la magnitud y crecimiento de las inequidades sociales y la crisis por uso abusivo de los recursos naturales sobre los que se sustenta el capitalismo, la necesidad de *hacer un mundo mejor* es una consigna hace poco demodé, que hoy renace con el poder de lo evidente. Tal como expresó, entre otros, Ticio Escobar¹ “la batalla es cultural”: es urgente desplazarnos de la matriz identitaria hegemónica del mercado, fundada en el consumo – funcional al proceso de globalización iniciado en los ´90- **y volver a matrices identitarias de las comunidades, afirmadas en valores éticos, solidarios, comunitarios.**

Si diseño es *prefiguración*, dar forma a algo antes que exista, tenemos mucho por hacer. Inscriptos en las prácticas sociales y culturales contemporáneas, es insoslayable que los Talleres de Diseño, tengan una perspectiva que facilite que los proyectos se desarrollen en diálogo con discursos sociales “otros” desde los cuales reconstruir esas matrices identitarias. Este es el objetivo de la propuesta teórico-metodológica experimental del Taller de Diseño en Comunicación Visual C, carrera de Diseño, de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Nacional de La Plata, que aquí presentamos. La misma se viene concretando desde hace años, en una trama de trabajos prácticos y teóricos, actividades curriculares y extracurriculares que configuran un espacio en el que historia, filosofía, comunicación, artes plásticas, cine, música, literatura y realidad se mixturán para que el *pensamiento complejo*, tenga lugar.

1. En su intervención en el *Foro Internacional por la emancipación y la igualdad*, Buenos Aires, 13 de marzo 2015.

Prefigurar / Configurar

Uno de los significados más denotativos de la palabra “*diseño*”, es *prefiguración*. Prefigurar, dar forma a algo antes que exista. Seguramente aquí reside lo nodal de la cuestión de la identidad para los diseñadores. Porque damos forma a los objetos y productos de este mundo. Lo que prefiguramos modela, constituye nuestra cultura. Así nació el diseño, de la conciencia y la necesidad del mercado, de controlar esa prefiguración.

Desde nuestra mirada atravesada por el giro lingüístico, sabemos que hasta las más antiguas vasijas no solo sirven para cocinar sino que también cuentan historias. Cuando hacemos un afiche, una publicidad, una marca... *nos narramos*. Todo discurso inscripto en la lógica del mercado, modela, instala y reproduce valores circulantes en el juego de la identificación.

La identidad se ha convertido en un tema central de las ciencias sociales contemporáneas, como lo fue a fin del siglo XIX, épocas en las que *las identidades* se vieron amenazadas. Los efectos de la revolución industrial sobre la vida de los hombres que se encontraron en una modernidad donde se desdibujaban las identidades y el otro comenzaba a ser una amenaza, han sido magistralmente relatados por Walter Benjamin en sus escritos sobre Baudelaire y Poe. La calle como espacio público, devenida de las transformaciones en los medios de transporte, no sólo fue el escenario en el que se expresó este lugar simbólico de encuentro con la amenaza y el anonimato, sino también el espacio en el que nace y se despliega en sus orígenes, el diseño.

Un siglo después -suele señalarse 1989, la caída del muro de Berlín y luego el fin de la Unión Soviética-, comienza un proceso que nuevamente inicia una época de crisis, de gran amenaza para las identidades. Lo que se llamó *fin de la historia, muerte de los grandes relatos* no fue más que la instalación de un relato único, el capitalista. Y el discurso sobre el pluralismo, la diversidad, el multiculturalismo fueron y son “la ficción política necesaria a la expansión sin límites del capitalismo. Un concepto dietético que apunta a reafirmar la buena conciencia etnocéntrica”¹. El proceso de globalización de los ‘90 que acompañó el triunfo del capitalismo, vino a proponernos la instauración de *una comunidad armónica, “un mundo próximo”* (¡el discurso publicitario de las empresas de telecomunicaciones nos lo cuenta mejor que nadie!). Así, paradójicamente, mientras se proclama “viva la diferencia”, las identidades nacionales, regionales y locales se vieron y se ven, no sólo amenazadas sino efectivamente, reemplazadas. Es en este contexto en el que categorías como colonialismo e imperialismo, denostadas hace poco, han renacido de la mano de los conflictos sociales devenidos de sociedades en las que las identidades se encuentran en un campo de batalla cada día más violento.

La identidad no es una herencia sustancial que nos cae del cielo, no es algo anterior a la historia. Las identidades tienen que ser ganadas. Son construcciones históricas, subjetivas, con posicionalidades muy frecuentemente omitidas por un modelo excluyente.

Hoy, las matrices de identidad configuradas en torno a la nación, la religión, etc. están siendo reemplazadas por una matriz única, la que impone el consumo y la moda.

Identidades globales -investidas de diversidad: Personal, Coca Cola, Converse y tantas otras- arrasan con identidades locales para que todos consumamos lo mismo, porque así funciona el mercado que produce las mismas zapatillas, jeans o celulares *para todos en todo el mundo con igual gusto, como el big mac*. Es por esto que los espacios de consumo en todo el planeta se asemejan cada día más y nos resultan familiares estemos donde estemos.

El 12 de marzo de 2015 se realizó en Buenos Aires el *Foro por la Emancipación y la Igualdad*. La coincidencia de muchos de los más prestigios intelectuales de todo el mundo que participaron fue notoria: la batalla por la emancipación es sobre todo una batalla cultural en la que lo que está en juego, es la identidad. Emir Sader, Gianni Vattimo, Leonardo Boff, Ticio Escobar, entre otros, señalaban que para hacer un mundo más igualitario, donde todos podamos vivir mejor, es necesario *volver a matrices anteriores de las comunidades, afirmadas en valores éticos, solidarios, comunitarios*.

Y es prioridad también, descentrar esas identidades para articularlas, cruzarlas, juntarlas. Como propuso Vattimo, “¿por qué no construir una globalización alternativa?”

La identidad es el más fundamental de todos los derechos humanos, porque es el derecho a dar sentido de nuestras vidas. De ahí su centralidad. Es nuestro lugar en el mundo: el que nos tocó y también el que elegimos. Como decía Sartre “cada uno es lo que hace con lo que hicieron de él”.

Somos diseñadores y por tanto comunicadores; diseñamos intangibles y promovemos valores, por lo que nuestro compromiso es aún mayor: debemos saber qué mundo estamos ayudando a configurar. En la reproducción acrítica que tantas veces hacemos de recursos

visuales impuestos, se juega en alguna medida, la enajenación de nuestra identidad y la de nuestras comunidades.

Diseñar

Gabor Palotai² preguntaba hace ya muchos años ¿queremos un diseño que homogeneice, o por el contrario, que respete identidades y en ese gesto dignifique la vida de las personas? La pregunta es cada día más actual. Emir Sader hace unos días planteaba ¿por qué los shoppings no tienen relojes ni ventanas? ese despojo de nuestro espacio y tiempo es apenas una muestra de la invisible y violenta forma en que el mercado global nos necesita consumidores de lo mismo. “Hubo una herencia, la más pesada, la ideología consumista del estado norteamericano. Esto es lo que ellos proponen para nosotros: una utopía para algunos, la utopía del shopping center (...) en el shopping center nadie tiene prohibido entrar pero por algún milagroso control solo entran los consumidores, no hay pobres. (...) ese tipo de sociedad que ellos vienen a proponernos destruye la manufactura local, el artesanado local, los tipos de vida diferenciados de cada localidad, región, país, para que todos consumamos exactamente lo mismo que consumen ellos. Cuando la gente entra en el shopping center se olvida de su calle, de su barrio, de su país, de su gente, de sus problemas (...) queda reducido a un consumidor, esa es la batalla que tenemos que dar...”³

Hoy la mayoría de los diseñadores no estamos formados para dialogar con esos *discursos otros* sino desde una posición de superioridad dada por la supuesta legitimidad discursiva de nuestro decir.

Solo toleramos el gusto *otro* distanciadamente: seleccionado, recortado, aislado de su espacio originario y enmarcado en la vidriera de una tienda exclusiva, situada en algún barrio que nos garantice la distancia.

Se habla desde hace décadas⁴ sobre esta necesidad: que el diseño replantee seriamente su por qué, su para qué y su para quién. Para esto es necesario revisar los enfoques y las prácticas que se ponen en juego en nuestras carreras, para escapar de lo que hace años era eurocentrismo y hoy es la fuerza implacable del gusto del mercado global. Es necesario pensar que el diseño es una de las disciplinas que hoy, y en el futuro inmediato, tienen un protagonismo decisivo a la hora de pensar en la construcción de un nuevo modelo de sociedad en el que la voz y el gusto de todos pueda seguir teniendo lugar.

Si bien es cierto que el debate reabierto sobre fin de siglo XX sobre el rol social del diseño ha dado espacio a muy productivas discusiones y reflexiones, y que estas han sido el punto de inicio de numerosas propuestas de diseño alternativo, comprometido en luchas sociales y causas justas, es claro que el diseño “oficial” es un protagonista ineludible en esto de *promover deseos que nos impulsan a trabajar para comprar cosas que no necesitamos*.

El diseño *contrahegemónico*, ese que podría formar parte de la configuración de la globalización alternativa que proponía Vattimo, sigue transitando caminos marginales. Si creemos que es hora de dar fundamentadas respuestas a aquel reclamo universal de los diseñadores, quienes nos dedicamos a la enseñanza de la disciplina tenemos una responsabilidad crucial en la educación de diseñadores humanistas, esto es comprometidos en el verdadero respeto a la diversidad. La universidad es el ámbito donde esto puede ser posible.

Enseñar diseño

El taller C / Nuestro espacio de trabajo

Fue fundado en la convicción de que es desplazando a la disciplina de una perspectiva tecnicista y acercándola a las ciencias sociales, en nuestro caso con la perspectiva de la teoría de la complejidad⁵, desde donde podemos empezar a hacer un diseño humanista.

No podemos permanecer hipnotizados solo por los brillos de la tecnología y el “saber mucho de poco” porque esta pérdida de contextualización nos ha conducido a “a entender todo de nada”.

La identidad es el tema nodal del Taller C y el punto de partida de una propuesta académica orientada a formar profesionales capaces de contextualizar de esta práctica discursiva, y comprometidos con la posibilidad de usarla para contribuir a respetar y mejorar la vida.

Para esto, el programa de la materia en sus distintos niveles, propone una articulación de estrategias combinadas sistémicamente, que abarcan contenidos, metodología, y replanteo de prácticas como la extensión universitaria:

- Los temas de los trabajos prácticos
- La inclusión de lenguajes visuales “otros”
- Las clases teóricas y contenido bibliográfico que acompaña el desarrollo de los TP
- Las inclusiones de actividades teóricas como nexo entre la teoría y los proyectos
- Las actividades extracurriculares: charlas, jornadas colectivas de trabajo
- Las modalidades de la evaluación
- Diseño activo. Programa de extensión y transferencia de la cátedra
- Proyecto de curricularización de la extensión. Educación experiencial.
- El buen uso de las tecnologías para la democratización de la palabra.

Orientadas a:

- Producir un saber contextualizado
- Entender el diseño como una práctica discursiva en diálogo con muchas otras. Las complejas relaciones de este sistema con los otros con los que se vincula
- La dimensión ética de esta práctica discursiva constructora de identidades
- El compromiso y el respeto hacia el otro

En esta presentación, debido a la imposibilidad de narrar la totalidad de prácticas a lo largo de la cursada, comentaremos algunas de las experiencias modélicas desarrolladas en estos últimos años, que ilustran la variedad de estrategias combinadas.

Experiencia 1.

Un trabajo práctico: FOTOYÓ

El retrato y el autorretrato. Signos de identidad

El retrato y el autorretrato fotográfico son signos visuales en los que de manera evidente se manifiesta la identidad como construcción. Por esto, proponemos que el primer trabajo práctico que realizan los alumnos en Taller 1 – asignatura anual enmarcada en el primer año de la carrera de diseño en comunicación visual de la Facultad de Bellas Artes / UNLP-, consistía en realizar el retrato de un compañero, y en Taller 2 – año inmediato superior-, un autorretrato.

La foto carnet, la foto familiar de estudio, la instantánea, la “selfie” y otras formas que reproducen estereotipos, permiten poner en discusión cómo nos vemos, como nos ven, qué imágenes construimos de nosotros mismos y vincular identidades individuales con identidades colectivas. ¿Qué tanto de mi elección hay en estas fotos convencionalizadas por la cultura? ¿Qué tanto elegimos ser quiénes somos? ¿Qué es mi identidad? ¿Cómo se configura? poniendo especial énfasis en estos nuevos modos de representarnos y la manera en que reproducen convenciones.

Se analizan retratos de Andy Warhol, Nan Godin, Cindy Sherman, Gaby Mesina, Adriana Lestido, como modos posibles de “contarnos” exhibiendo y poniendo en cuestión las representaciones artificiosas y estereotipadas.

El retrato como posibilidad de acceso al otro: ¿conozco a través de la fotografía al fotografiado, o es al revés, necesito conocerlo para fotografiarlo mejor? ¿Qué es la identidad: es apariencia, superficie lisa de la “cámara lúcida”? ¿O hay un fondo? Como preguntaría Otl Aicher⁶, para responder contundentemente “no hay un adentro y un afuera”. Es como dice Florentino⁷: “Que yo sepa, para ser negro no se necesita más que el color de la piel de uno”.

Se trata de dos trabajos pensados para alumnos que recién se inician en la carrera de diseño, y en la universidad: conocer al compañero a través de la cámara, conocernos a nosotros mismos, como experiencia de descubrimiento de la propia subjetividad y un intento de facilitar un mejor y mayor compromiso con los compañeros.

La *devolución* de los trabajos se concreta bajo el formato de una exposición colectiva y un debate grupal. En tres ocasiones, asimismo, se realizó una selección de fotografías que luego conformaron la muestra Fotoyó 1, 2 y 3, en distintos espacios culturales de la ciudad de La Plata⁸.

La actividad complementaria: Tatuajes

Asociado a este trabajo práctico, se propuso una actividad paralela con la intención de poner en diálogo distintas clases de signos identitarios no estrictamente pertenecientes al diseño “gráfico” (fotos, tatuajes) pero en vínculo estrecho con la comunicación visual.

La actividad consistió en una investigación acerca de la historia del tatuaje, como una de las marcas de identidad más antiguas y practicadas en toda la humanidad. Se propuso a los alumnos que inventaran una taxonomía de tatuajes organizada bajo paradigmas propios: en relación a lo religioso, la música, las tradiciones culturales, las historias familiares, etc.

Analizaron qué cuentan los tatuajes sobre nosotros mismos, las relaciones entre tipografías, estilos, colores con las comunidades, la historia, la vida privada. En definitiva, la contrastación entre las identidades individuales y las identidades colectivas, y lo que se juega en medio de ese cruce: los estereotipos, la moda.

Experiencia 2

ME GUSTA TU CUADERNO

Una actividad extracurricular

La experiencia *Me gusta tu cuaderno* nació inspirada en el movimiento “cuadernista”, que propone esta práctica porque “Nos falla la memoria y para ayudarla apuntamos cosas en papelitos: lo que vemos, nos gusta y queremos recordar o retener. Los cuadernos usados nos sirven para saber quiénes hemos sido”⁹.

El cuaderno como espacio íntimo pero que puede volverse espacio colectivo y compartido, de encuentro con el otro, de encuentro de identidades. Así se pensó esta actividad que motorizó la autoexpresión pero también el intercambio creativo.

Esta actividad tuvo como objetivos:

- Reconocer identidades individuales y construir identidades colectivas a partir de la puesta en común de decires “otros”.
- Revalorizar la autoexpresión como una posibilidad discursiva del diseño.
- Vincular la autoexpresión con la posibilidad de comunicarnos a través de la puesta en común estas manifestaciones visuales.
- Horizontalizar las relaciones docente/alumno a través de actividades donde los saberes de todos son puestos en común.

Se propuso tanto a los alumnos de Taller 1 como de Taller 2, que cada uno produjera un pliego de 4 carillas A5 y en un plazo de 20 días a clase 10 fotocopias doble faz de ese pliego. Esas cuatro páginas deberían pensadas como páginas de un cuaderno propio en el que expresáramos lo que quisiéramos y como quisiéramos. A través de dibujos, o fotos, o

pegando imágenes, escribiendo textos propios o ajenos. La idea de hacerlo cada uno en su intimidad tuvo el objetivo de conectarlos con su propia subjetividad dando lugar a los momentos apropiados para que esa expresión fluyera a pesar de tratarse de un trabajo pautado por la cátedra.

Luego de 20 días, todos los alumnos expusieron sus pliegos en una “feria” en la que todos miraron y leyeron, y donde cada uno se llevó los pliegos que más le gustaron.

La siguiente actividad fue preparada con mucha anticipación porque se propuso una jornada de encuadernación. Poniendo en valor los saberes de los alumnos, se convocó a todos aquellos que tuvieran algún saber acerca de encuadernación y cosido artesanal. Alumnos y docentes prepararon en equipo un tutorial para coordinar la jornada. Cada uno fabricó su propio cuaderno conformado por los pliegos de compañeros que seleccionaron en el encuentro anterior, completados con cuadernillos de hojas en blanco para que el cuaderno esté “abierto”, pudiera completarse por cada uno luego, como un objeto/diario personal.

Se realizó el relevamiento fotográfico por los alumnos de la cátedra.

Experiencia 3

HAIKUS LIBRES

Educación experiencial, curricularizando la extensión

Nos detendremos particularmente en detallar esta experiencia porque forma parte de *Diseño activo*, un programa de extensión de la cátedra que funciona desde el 2001 y que se sustenta en el modelo de la educación experiencial. Los temas y actividades abordados desde *Diseño activo* son múltiples y cambian año a año de acuerdo a las necesidades que vayan surgiendo, las entidades que se acerquen a ver qué podemos hacer juntos, o los vínculos que vamos generando desde la cátedra con otras instituciones.

En este marco articulamos una actividad con el Taller Literario de la Escuela de Adultos N° 746 de la Unidad Penal N° 25 de Lisandro Olmos, una localidad cercana a la ciudad de La Plata.

Los alumnos del mencionado taller literario habían producido en el verano del 2012 una antología colectiva de poesía: *Haikus libres. Universos poéticos en contexto de encierro*. El coordinador del Taller tenía el proyecto de editar ese libro, por su calidad literaria y con la finalidad de que el mismo sea un vínculo con el afuera, con sus familias y amigos. En el Taller C tomamos esta necesidad y la convertimos en una actividad curricular.

Desde el punto de vista de los contenidos curriculares disciplinares, los temas identidad y diseño editorial están incluidos en el programa de la materia. La particularidad planteada es que se trata de identidad de un libro de poesía (específicamente una antología de haikus) con distribución a través de circuitos editoriales alternativos.

De esta manera, se propuso a los estudiantes, un diálogo sensible con campos sociales infrecuentes:

- La literatura, en particular la poesía como discurso en diálogo con el diseño
- Los circuitos editoriales alternativos
- Las personas privadas de libertad, como un “otro creador”

Los condicionantes del problema planteaban una contextualización compleja: la particularidad gráfica del haiku, la división de la obra por autores al tratarse de una antología, las formas de circulación de la obra adentro/afuera de la cárcel; las limitaciones económicas para la edición impresa.

Los estudiantes trabajaron en equipos de dos alumnos, se produjeron 48 maquetas con calidad de boceto acabado, que mediante un concurso interno se eligió el libro más apropiado, desde su pertinencia gráfica y su adaptación a los condicionantes de producción, para ser editado.

A través del siguiente cuadro, sintetizamos la articulación de saberes/herramientas/métodos puestos en juego en esta propuesta de educación experiencial.



En la reproducción de la ficha del trabajo práctico, que se presenta como documentación anexa, pueden leerse en detalle los objetivos, desarrollo, bibliografía y criterios de evaluación.

A continuación, una descripción de las etapas, contenidos y estrategias incluidas en el desarrollo de esta actividad, que demandó para su realización, un mes y medio.

1. Clases y actividades de encuadre / sensibilización /aproximación a la temática a intervenir

- Clase teórica de profesor y de invitado. Presentación del trabajo práctico. Editorial y literatura.
- Charla y debate con el coordinador del Taller de escritura.
- Lectura y comentario de textos acerca de la poesía como forma literaria / investigación sobre poesía.
- Se analizaron formatos y propuestas gráficas.
- Visita a librerías de circuitos alternativos.
-

2. Desarrollo de la propuesta

La corrección grupal implica la puesta en común de los proyectos, con la participación crítica de los alumnos sobre la totalidad de los trabajos en desarrollo.

Ejes y los criterios de evaluación propuestos en la ficha del trabajo práctico:

1. *Idea rectora / propuesta gráfica: pertinencia, identidad*
2. *Diagramación / Sistemática: navegabilidad/Tipografía: legibilidad*
3. *Jornada evaluativa / Calidad gráfica*

En la última clase, previa a la entrega, se realizó la técnica de evaluación grupal participativa que denominamos Libro de visitas (Jornada evaluativa):

Se expusieron los bocetos de todas las comisiones, a modo de muestra.

La idea de hacer una jornada evaluativa fuera de los formatos tradicionales, por un lado corre a la evaluación a un espacio donde se diluye el peso que ese momento por sí solo significa. Esta es una forma de evaluación interactiva en la que participan solo los alumnos,

que los compromete con su propia mirada y con el trabajo de los demás. La técnica emula los “Libros de visita” de las exposiciones, aquellos donde el visitante deja sus impresiones. Los alumnos recorren las fotos como en una exposición y hacen una libre elección de aquellas que convocan su mirada. La crítica escrita sobre esas imágenes, los compromete con su propia manera de mirar, los estimula en la escritura como herramienta para pensar y los compromete con el trabajo de los otros. Desarma la idea acerca de que evaluar implica solamente variables cuantitativas: está bien o está mal, y el reduccionismo a una nota numérica.

Entrega y concurso: El jurado hizo preselección por comisión, se eligieron dos propuestas finales, para su reproducción.

3. Balance y reflexión sobre la experiencia

- Charla de cierre / evaluación / escrito personal de cada alumno narrando su experiencia con este TP

4. Proyecciones.

- Edición de las dos propuestas seleccionadas, con el auspicio de la Dirección de Bibliotecas de la provincia de Buenos Aires.
- Presentación del libro y muestra organizada por el Taller C y puesta en circulación en librerías

El relato de esta experiencia tiene como finalidad hacer visible de qué modo, en un solo trabajo práctico pueden articularse objetivos en un entramado cohesionado por un fin que abraza a los demás: formar profesionales comprometidos en la construcción de un modelo de sociedad más solidario. Para esto se necesitan personas sensibles. Nos hace más sensibles el conocer *identidades otras*, el conocimiento de un vasto mundo posible (como el de los circuitos editoriales alternativos, que son solo un ejemplo que se multiplica en cada esfera social en la que indagamos). Y sobre todo, el trabajo en equipo, el enseñar y aprender a escucharnos y construir proyectos en los que los buenos y no tan buenos resultados, sean producto del trabajo colectivo.

La formación de ciudadanos activos es otro de los ejes de la enseñanza basada en experiencia: la experiencia involucra la participación en procesos en los cuales el diálogo, la discusión grupal y la cooperación son centrales para definir y negociar la dirección de la experiencia de aprendizaje. Aprender solidaridad a través de un hacer colectivo y un “hacer con” más que “hacer para”. Entender que “beneficiarios” de estas experiencias no son sólo las personas de la comunidad, sino también los propios estudiantes, quienes al salir al terreno encontrarán oportunidades de formación como profesionales y ciudadanos que no siempre se pueden ofrecer en los claustros.

Por último, la propuesta compartida aquí nos convoca a que la extensión se “meta” dentro del currículo, que forme parte de las obligaciones de las cursadas regulares.

“Si tenemos relaciones auténticas con la gente, los verdaderos temas emergen muy rápidamente y se presenta la ocasión de trabajar para personas y por causas todavía desconocidas en lugar de estar reproduciendo un discurso”¹⁰.

En relación a replantearnos la identidad como *EL* tema del diseño, la extensión tiene mucho que aportar. Más allá de sus objetivos iniciales, *es por excelencia el espacio del encuentro con el otro*. Por esto entendemos que los programas de extensión y voluntariados no pueden seguir siendo solo “extras” sino que deben ser nodales en la formación universitaria.

Proyecciones

La construcción de la cátedra Taller articulando contenidos y metodología en torno a la problemática de la identidad, abordada desde una perspectiva filosófica y sociológica, nos

ha abierto a docentes y alumnos la posibilidad de empezar a proyectar concientes de la responsabilidad ética del diseño. Es un primer paso.

“Todo puede ser pensado de otra manera. Y la principal “otra manera” es buscar no incurrir en un pensar calculatorio que todo lo piensa en términos de los propios y los otros. Todos somos primero otros. Esa es una buena manera de empezar a salirnos de nosotros mismos que es la principal limitación que nos aqueja en una sociedad individualista”¹¹.

CITAS

1. Arfuch, Leonor (2002): “Problemáticas de la identidad” En: *Identidades, sujetos, subjetividades*. p. 40. Prometeo, Buenos Aires.
2. Palotai, Gabor (2002): “Maximizar la audiencia”. En: *Tipográfica* N° 5, p. 22. Buenos Aires
3. Emir Sader (2015) *Conferencia en el Foro Internacional por la Emancipación y la Igualdad*, Buenos Aires, 12 de marzo.
4. AAVV (1999): “First things first Manifiesto 2000”, *Eye* N° 33
5. Morin, Edgar (2000): *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. Unesco, Santillana, México.
6. Aicher, Otl (1998): “La imagen”. En: *El mundo como proyecto*. p. 144. Gustavo Gili, Barcelona.
7. *Siete mil millones de otros*. Fuente: http://www.7billionothers.org/es/thematic_voices/diferencias
8. Filpe, Guitelman (2014) *Diálogos. El diseño de un taller*. p. 248 SEDICI, UNLP. La Plata
9. *Cuadernistas* (2014) Fuente: <http://www.cuadernistas.com>
10. Paris Clavel, Gerard (1997) Entrevista en revista *Tipográfica*. Buenos Aires. Recuperado De Edición en la UBA. <https://edicionenlauba.wordpress.com/2012/03/25/paris-clavel-en-revista-tipografica-1997/>
11. Sztajnszrajber, Darío (2013): Reportaje. En: revista *El amor al cine*. Fuente: <http://www.telam.com.ar/notas/201302/7046-el-filosofo-sztajnszrajber-exhibe-el-amor-al-cine.html>

BIBLIOGRAFÍA

- Boaventura da Sousa, Santos (2005): *La universidad del siglo XXI. Para una reforma democrática y emancipada de la universidad*. Miño y Dávila editores, Argentina.
- Dewey, John (1954): *Experiencia y educación*. Editorial Biblioteca Nueva, Madrid.
- Filpe, M; Guitelman, S. (2006): *Donde las flores vuelan*. Edición de la cátedra, UNLP, La Plata.
- Filpe, M; Guitelman, S. (2011): *El perro lanudo. Radiografía de un fenómeno*. La Plata.
- Filpe, M; Guitelman, S. (2014): *Diálogos. El diseño de un taller*. SEDICI, UNLP. La Plata.
- Kliksberg, Bernardo (2011): “Cómo combatir la pobreza y la desigualdad”. Dossier en diario *Página 12*, 16 de octubre, Buenos Aires.
- Litwin, Edith (2006): “El currículo universitario: perspectivas teóricas y metodológicas para el análisis y el cambio”. Revista *Educación y Pedagogía*, vol. XVIII, núm. 46 Universidad de Antioquia.
- Mendez, Aitor (2008): *El rey midas*. Fuente: <http://contraindicaciones.net/?p=759#more-759>.
- Potter, Norman (1998): *Qué es un diseñador*. Paidós, Barcelona.
- Schon, Donald. (1998): *El profesional reflexivo. Como piensan los profesionales cuando actúan*. Paidós. Buenos Aires.
- Tapia, Ma. De las Nieves (2008): “Aprendizaje y servicio en la misión de la educación superior”. En: *Aprendizaje –servicio en la Educación Superior. Una mirada analítica desde*

los protagonistas. Ministerio de Educación. Presidencia de la Nación. Programa Nacional de Educación Solidaria. EUDEBA, Buenos Aires.

Tedesco, Juan Carlos (2004): "Si algo es necesario, tiene que ser posible". Entrevista en *Indaga*, Revista Internacional de Ciencias sociales y Humanas Foro de Investigaciones Sociales, Islas Canarias N° 2.