

» entrevista a

NATASHA JEN



DE ESTA PRESENTACIÓN

→

Natasha Jen es una diseñadora multipremiada, nominada seis veces para el National Design Award, docente y socia en la oficina neoyorquina de Pentagram desde 2012. Su trabajo es reconocido por el uso innovador de recursos gráficos y verbales, y por intervenciones espaciales que desafían las nociones convencionales del medio y los contextos culturales.

Su conferencia magistral *De los píxeles a la percepción. Construyendo identidades para la tecnología* inauguró el primer semestre académico 2024 en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU).

Como es habitual con cada conferencista inaugural, Natasha Jen visitó y recorrió el Museo Casa Vilamajó, donde fue entrevistada por las docentes Lucía Stagnaro y Carolina Ocampo en mayo de 2024.

*

Producción general:
Servicio de Comunicación
y Publicaciones
Fotografía: Andrea Sellanes
Traducción inglés-español:
María Virginia Gramaglia.
Corrección: Rosanna Peveroni



MENTE DE DISEÑO

Natasha Jen, nacida en Taipéi (Taiwán), es una diseñadora multipremiada, nominada seis veces para el National Design Award, docente y socia en la oficina neoyorquina de Pentagram desde 2012.

La tecnología nos rodea, cobijada en nuestros bolsillos, al alcance de nuestros dedos, entrelazada en nuestros pensamientos, consumiendo nuestra atención y tiempo. Es omnipresente y está profundamente arraigada, a la vez que transforma, individual y colectivamente, nuestra existencia.

El trabajo de Jen es reconocido por el uso innovador de recursos gráficos y verbales, y por intervenciones espaciales que desafían las nociones convencionales del medio y los contextos culturales. Abarca sistemas de identidad de marca, *packaging*, diseño de exposiciones,

interfaces digitales, cartelería y señalética, productos editoriales y arquitectura.

En la intersección entre tecnología y cultura, Jen ha desarrollado productos de marca para algunas de las tecnologías de punta más complejas, como realidad aumentada y realidad virtual, computación cuántica, fotónica, tecnología celular, *gaming*, inteligencia artificial, biotecnología y *crypto/blockchain*.

Entre sus clientes están Google, Pfizer, Waze, Reddit, Lightmatter, Galaxy Digital, New York Botanic Garden, Storefront for Art and Architecture, Center for Architecture, The Asian American Foundation, Harvard Graduate School of Design, Metropolitan Museum, Fernando Romero Enterprise, Bjarke Ingels Group y OMA New York.



«No creo que la idea de universalidad en el diseño sea cierta en absoluto, porque ignora por completo todos los demás matices de la naturaleza humana»

Estamos en el Museo Casa Vilamajó con Natasha Jen, diseñadora y socia de la oficina de Pentagram en Nueva York. Muchas gracias, Natasha, estamos muy emocionadas de tenerte aquí. LS

Estoy muy feliz de estar aquí. Es un gran honor. Gracias por invitarme.

Esta entrevista es una oportunidad para complementar la valiosa información que compartiste en tu conferencia inaugural. Queremos reflexionar contigo sobre algunas de las preguntas que tenemos como docentes universitarias, sobre nuestra práctica profesional y sobre las formas en que entendemos y producimos conocimiento disciplinar. Con esto en mente, hemos estructurado la discusión y las preguntas en cuatro temas que consideramos clave.

El primero de estos temas es el conocimiento disciplinar. Entendemos que este depende de la normalización de rutinas, convenciones y tradiciones que se traducen en fórmulas que enseñamos, reproducimos y refinamos continuamente, convirtiéndose así en los marcos de referencia desde los cuales entendemos e intervenimos en el mundo. En esta normalización, si bien las fórmulas disciplinarias se establecen como la base desde la cual abordamos nuestra tarea como diseñadoras y diseñadores, los discursos políticos, sociales y económicos específicos que las sustentan a menudo se vuelven invisibles. Esto fomenta, desde nuestro punto de vista, la idea de enfoques neutrales.

Desde tu punto de vista, ¿es posible la neutralidad en lo que hacemos como diseñadoras y diseñadores? CO

Es una gran pregunta. Mencionaste el conocimiento disciplinar. Hay dos cosas aquí: la primera parte es la disciplina misma; la segunda parte es el conocimiento. Entonces, necesitamos cuestionar el significado de estas dos cosas. En diseño de comunicación, que es lo que practico, una pregunta que me hago mucho estos días es: ¿qué es exactamente esta disciplina?; ¿qué define la disciplina? Es necesario comprender realmente la disciplina, tener tu definición sobre ella, y también creo que debe haber una especie de entendimiento o de acuerdo colectivo al respecto. Y luego miras la base de conocimientos. Y esta base de conocimientos está en constante cambio siempre. Existe el conocimiento histórico que todos adquirimos a través de estudios muy formales en las aulas, con profesores. Pero también está el conocimiento que cada individuo crea y que se basa en su propia exposición al mundo a través de la tecnología, de internet, de las redes sociales, de conexiones con personas a través de medios digitales. La disciplina misma, en mi experiencia y también en mi opinión, está en constante cambio. Y luego la base de conocimientos en sí también está en rápida transformación en este momento. Entonces, cuando juntas estos dos conceptos, la neutralidad se vuelve algo casi imposible. Creo que todo tiene una postura muy específica al respecto. Y creo que lo que hace que el mundo sea interesante, y también lo que hace que todo avance, es la idea de oposición. Necesitas tener oposición, diferencias, desacuerdos para llevar las cosas en una determinada dirección.

La neutralidad, creo, es estática. Y en el contexto actual, cuando estamos bajo tantas turbulencias de tantas maneras diferentes, desde las políticas y geopolíticas hasta la amenaza apremiante y real del calentamiento global, que tiene sus propias consecuencias catastróficas en muchos sentidos, es literalmente una reacción en cadena lo que estamos experimentando.

Además, creo que, para el desarrollo básico y general de una sociedad, que en última instancia se trata de cómo prosperamos realmente como especie, cómo vivimos en un mundo donde las cosas se vuelven tan, tan amplias, pero al mismo tiempo tan inestables, ¿cómo puedes ser feliz, por ejemplo?; ¿cuál es el significado de la familia?; ¿cuál es el significado de tu comunidad para un tipo de comunidad social más grande? Todas estas cosas se han vuelto increíblemente importantes en el trabajo que hacemos. Y, en última instancia, creo que lo más importante es el efecto dominó del trabajo que producimos, porque, a menudo, los diseñadores

creamos y producimos trabajo, sea cual sea la forma, pero realmente no conocemos el efecto dominó después de eso. Y el efecto dominó realmente se puede entender y discutir, en primer lugar, a través de la propia escala, que es, en última instancia, la cantidad de personas que pueden estar expuestas a esto. Pero creo que también es una lente muy superficial para observar un efecto dominó. El otro efecto dominó también se produce siempre a través del tiempo, porque una vez que algo se produce, en realidad no desaparece, permanece allí. Entonces también hay un tiempo, una dimensión. Es realmente a través de estas dos dimensiones que creo que el diseño comienza a volverse realmente interesante. Y realmente empiezas a comprender la importancia o, en muchos casos, la humillante falta de importancia de tu propio trabajo. Lo miro a través de mi propia experiencia también.

Hablaste de neutralidad y de felicidad. ¿Qué lugar tiene tu vida personal? ¿Tus propias intuiciones, experiencias, deseos y miedos se manifiestan de alguna manera en lo que haces? ¿Cómo contribuyen a dar forma a tu punto de vista o enfoque específico en tu trabajo? CO

Puedo responder de manera bastante amplia. Yo nací en Taiwán y crecí allí hasta los 22 años. En ese momento me fui a Nueva York para hacer mi carrera universitaria. Entonces, a los 20, yo ya estaba bastante formada como ser humano, pero ir a Nueva York, esa experiencia, desde el principio y por más de 15 años, fue de una confrontación constante con el entorno. Me refiero a la confrontación bien entendida, a la exposición, pero también a la novedad o la diferencia, la extrañeza de la cosa con relación a ti mismo. Eso crea una gran cantidad de tensión interesante. Entonces, claro, al principio, me pesaba ser extranjera, no comprendía la cultura estadounidense. Había mucho para recoger allí. Lo realmente bueno de Nueva York es eso; sé que suena como un cliché, pero Nueva York está hecha de gente de diferentes lugares, tienes siempre una comunidad muy global. Eso es realmente maravilloso. Nueva York también, para mí, es un gran lugar donde te encuentras con gente que es mucho más interesante que tú o, al menos, así lo sientes. Lo que terminas obteniendo de ellos es esa estimulación o inspiración constante; incluso en una breve conversación, en alguna inauguración, o puedes ir a una conferencia y luego hablar con alguien del público, o con alguien con quien

«La intención es, en realidad, trabajar de una manera muy subversiva. Y luego, en última instancia, si logramos crear el resultado en sí mismo, se siente como si realmente estuviéramos cambiando la industria, como una especie de trabajo político, sin decir realmente que somos políticos»

trabajas, alguien que pueda ser tu cliente, por ejemplo. Son todas estas increíbles oportunidades que te exponen a otras interesantísimas y extraordinarias personas, de diferentes ámbitos de la vida, las que creo que me han brindado ese tipo de inspiración y también el jugo de lo que hago.

En el diseño modificamos todo el tiempo. Tú diseñas algo y luego miras, escuchas críticas y comentarios de lo que tienes que visitar y lo modificas. Me encuentro siempre con el trabajo a medio hacer porque estoy modificándome según el ambiente, según el contexto en el que estoy. Nueva York proporciona ese tipo de estímulos que creo que son muy importantes para mí, para crecer en esta profesión.

Pasemos ahora al segundo tema, que tiene que ver con el contexto. En una entrevista para Design by women te preguntaron si tenías algún consejo para diseñadoras y diseñadores que buscan dar un salto profesional. Mencionaste que lo primero y más importante es tener un sueño y una ambición, y que luego necesitas tener el compromiso y la resiliencia para avanzar hacia ese sueño. Esta es una pregunta algo capciosa, fácil y complicada a la vez, porque nos interesa saber cómo encaja el contexto en esa perspectiva, es decir, si consideras que dimensiones tales como lo territorial, lo económico, el género o la etnia condicionan el desarrollo de las capacidades y las posibilidades profesionales. ¹⁵

Siguiendo lo que expresa Lucía, ¿cómo crees que el contexto entra en esa perspectiva de buscar tus sueños, comprometerte con ellos? ¿Crees que el contexto del que partes condiciona ese recorrido? ¹⁶

Esa es una buena pregunta porque en un contexto profesional el diseño es siempre una especie de, yo diría, batalla cuesta arriba. Este diseño nunca comienza de buena manera, siempre comienza con algún tipo de problema o desafío o, básicamente, con los aspectos negativos que deben enfrentarse. Eso es lo que realmente impulsa la mente de diseño, que es en parte la solución a un problema, pero

también es en parte esa misma idea de crear algo nuevo, algo que probablemente no fue considerado en un primer momento. Tenemos la solución a un problema, pero también una invención. Creo que cuando trabajas como diseñador, en un contexto profesional, muchas veces puedes quedarte enredado en la relación con el cliente, en lo que quiere. Y nuestro trabajo es también proporcionar la solución para lo que quieren los clientes. Muchas veces pienso que podemos olvidar muy fácilmente qué es lo que realmente queremos fuera de eso. Puede parecer egoísta, pero creo que tener ese egoísmo y también ser coherente con eso realmente puede ayudar a crear un resultado que sea más inesperado tanto para el problema en sí como para ti mismo, y esto es lo que me esfuerzo mucho por hacer todo el tiempo. No estoy diciendo que sea fácil, porque muchas veces tengo muchas limitaciones. De alguna manera te encuentras a ti mismo trabajando dentro de limitaciones y tensiones, siempre rebotando entre estas diferentes dimensiones. Quieres ir a un lugar y, cuando llegas, rebotas hacia otro y, una vez que estás allí, rebotas de nuevo. Pero creo que es en ese rebote que empiezas a encontrar tu propia ambición, que tal vez no sea la definición del proyecto a corto plazo, pero también intentas crear eso, ponerlo frente a la gente y buscar que sea reconocido.

Tal vez la posibilidad de hacerse «preguntas egoístas» es un privilegio. Primero tienes que hacerte esa pregunta y luego hacerle espacio en el ambiente en el que te encuentras. ¿Cómo crees que ese contexto, esas situaciones específicas —económicas, religiosas, de género, territoriales— entran en esa búsqueda? co

Eso en sí mismo es un desafío permanente que enfrentamos como diseñadores. Significa que, mientras estemos vivos, tendremos que lidiar con esas cuestiones, como las restricciones económicas, por supuesto, así como con la identidad o con las percepciones sobre ciertas identidades. Hoy en día se trata más bien del condicionamiento de la tecnología, de cómo la tecnología puede poner restricciones a lo que haces.

No digo que haya que reaccionar en contra de eso, pero no se trata simplemente de una especie de movimiento lateral. Se trata también de trascenderlo. Se trata de ir, al mismo tiempo, hacia adelante, pero también hacia arriba. Así es

como realmente progresan la sociedad y el ser humano. Siempre se trata de avanzar, pero también yendo hacia arriba al mismo tiempo. Y a veces en ese avance hay que ir hacia atrás, hay que retroceder un poquito. Nunca hay una especie de línea recta, es algo así como un espiral. Creo que eso es muy de nosotros, los diseñadores; siempre te das contra eso.

El tercer tema clave que queríamos abordar es la globalización, uno de los temas que más frecuentemente han aparecido en la elaboración académica de las últimas décadas. Autores como el diseñador danés William Patter sostienen que, de una forma u otra, el Estado moderno y el capitalismo han pisoteado formas de conocimiento locales, consuetudinarias e indisciplinadas, en favor de la racionalización y la simplificación de las prácticas sociales, económicas y políticas. En este contexto de globalización, que conoces muy bien porque vives en Nueva York, el diseño moderno y contemporáneo a menudo responde a criterios universales que tienden a la estandarización y a la sistematización de los comportamientos humanos para la propuesta de interfaces visuales para uso global. En ese sentido, ¿cómo se aborda la pluralidad de soluciones de diseño que tienden a la estandarización de la experiencia? ¿Cómo entran lo particular y lo específico en proyectos de diseño que pretenden ser para todas las personas? LS

Bueno, aquí está la cuestión, que es esta misma idea de una especie de lente universalizada, básicamente, una especie de resultado promedio de los datos. No creo que esa condición vaya a mejorar, sino que será cada vez más potente con la proliferación de datos; y ahora también con la aparición de la inteligencia artificial, que son básicamente algoritmos que crean trabajo y que, nuevamente, generan cosas. Hay trabajo, pero también hay humanos que reaccionan, hay participación. Y eso mismo genera más datos. Pero lo que estoy diciendo es que, aun con

esos datos, la lente impulsada a través del diseño no va a desaparecer. Es básicamente la situación en la que nos encontramos ahora.

Sin embargo, no creo que la idea de universalidad en el diseño sea cierta en absoluto, porque ignora por completo todos los demás matices de la naturaleza humana. Por ejemplo, en un espacio hermoso como este del Museo Casa Vilamajó, las consideraciones sobre la circulación, sobre cómo la luz y el aire entran en este espacio, son universales. Pero, al mismo tiempo, hay muchísimos otros matices aquí que, en realidad, son muy específicos, al menos para mí, que me parecen muy nuevos. Entonces, lo que estoy diciendo es que creo que se trata siempre de una combinación de trabajar con datos, de una infusión de datos, de conocimientos generados, pero siempre debe colocarse la inteligencia humana y la de uno mismo. Y la propia interpretación de las cosas. Las interpretaciones humanas son lo que no se puede traducir a través de datos, son abstractas. Es allí donde los diseñadores deben aportar sus conocimientos. Pero no hay vuelta atrás en esto, en el diseño basado en datos.

Esto también se ve todo el tiempo en *marketing*, donde hay que probar muchos diseños, por ejemplo. En última instancia, lo que se obtiene de las pruebas es una especie de promedio. El promedio establece una especie de punto de referencia, pero no puede ser la cosa misma. Es un punto de referencia algo bajo porque todo lo que es promedio es bastante mediocre, pero no se puede hacer nada extraordinario solo a partir de ahí. O sea, necesitas trabajar con el promedio, pero aportando lo extraordinario.

Es interesante lo que has dicho sobre la interpretación, que podemos borrarla o reemplazarla con datos. Creo que eso acentúa lo que dijimos anteriormente sobre esa interpretación, que es situada. Es alguien haciendo una conexión entre lo que está viendo, experimentando, y su propia vida, sus propios sentimientos, miedos. Entonces creo que podemos estar de acuerdo en la importancia del contexto, de lo local y de enfocarnos. CO

Y en que ese «ser humano» es algo que la tecnología no puede reemplazar. LS

Totalmente, eso es correcto, sí.

**«Creo que la estética,
definitivamente, es política,
pero mi intención nunca
es politizar demasiado
la estética»**

El cuarto tema responde a los conceptos de orden y sistematización en el diseño. El minimalismo y la simplicidad se han establecido desde hace varias décadas como indicadores estéticos del buen diseño a escala global. Muchos de los dispositivos visuales con los que interactuamos a diario contribuyen a sedimentar lo que algunos autores llaman «legibilidad». Esto podría referirse a la organización, división y planificación de la vida humana en parámetros gráficos que la hagan comprensible, categorizable y predecible. ¿Consideras que es posible incorporar en las prácticas de diseño, metodológica o formalmente, la complejidad y el desorden que son tan característicos de la vida humana? CO

Absolutamente. Creo que hay una especie de superficie estética, de minimalismo superficial, que es el aspecto y sensación de algo o de cómo algo funciona. Pero yo creo que eso, en realidad, no es equiparable a las complejidades ocultas de algo que, en realidad, tienes que pasar por pensamientos e ingeniería muy rigurosos. Y por ingeniería no me refiero al sentido mecánico, sino a trabajar mirando todo ese ecosistema o ese organismo y tratar de descubrir realmente una forma de construirlo o de reconstruirlo. Eso tiene muchas capas, mucha complejidad. El resultado en sí puede ser mínimo o máximo, realmente no importa.

Lo que valoro y lo que intento hacer con mi trabajo es mirar siempre una situación de diseño, un desafío o problema, y tratar de encontrar una manera de diseñarlo realmente o de rediseñarlo. Eso, en realidad, involucra muchas partes diferentes y cómo estas partes funcionan juntas. Esa es una especie de sistematización. Pero creo que la sistematización nunca tiene el propósito de escalar. Cuando trabajas con marcas globales o productos tecnológicos, la escala se vuelve increíblemente importante, se trata básicamente de cuántos millones de personas pueden involucrarse con esto. Este es el resultado final que necesito considerar. Pero este nunca es el impulsor de la ambición de crear algo que se siente, que está diseñado con esa ingeniería que es, en sí misma, mi propio interés personal. Me gusta descomponer las cosas, me gustaría descubrir qué más puedo aportar a esa especie de organismo, que sea un poquito novedoso.

Así que la novedad es muy importante para mi trabajo. Siempre tiene que haber algo que se sienta nunca antes imaginado. Incorporar novedad a algo que ya está ahí es lo más difícil para mí, y yo disfruto haciéndolo: aportar la novedad, pero rediseñando todo con ingeniería hasta reconstruirlo con esa novedad.

Cuando preparamos con Lucía este encuentro, obviamente, buceamos en tu trabajo. En entrevistas anteriores vimos que expresas, hablando de orden, sistematización y estética, que uno de tus objetivos es proponer soluciones que interrumpan cierta inercia. Entonces, considerando esta búsqueda por la novedad de la que estás hablando ahora mismo y el hecho de que, inevitablemente, la estética es política, ¿cuál es la búsqueda detrás de esa novedad? ¿Romper un patrón? ¿Y qué impacto buscas desde un enfoque disciplinario? ☐

Creo que la estética, definitivamente, es política, pero mi intención nunca es politizar demasiado la estética que, en realidad, es un resultado de esta ingeniería. Entonces, mi enfoque siempre está en la ingeniería en sí misma. Es como un proceso impulsado por una forma de trabajo, sin realmente determinar lo que esa estética sería en última instancia. Siempre hay muchas sorpresas en ese proceso, incluso para mí, para nosotros, para el equipo, cuando terminamos algo. Pero, en última instancia, queremos realmente traer sorpresas y queremos traer una especie de novedad, algo que, de alguna manera, cambie la industria. No es que digamos «bueno, vamos a ser revolucionarios, vamos a ser malos, a romper lo correcto, vamos a derribar esto, vamos a dismantelar aquello». No, no; esa nunca es la intención. La intención es, en realidad, trabajar de una manera muy subversiva. Y luego, en última instancia, si logramos crear el resultado en sí mismo, se siente como si realmente estuviéramos cambiando la industria, como una especie de trabajo político, sin decir realmente que somos políticos.

La estética es consecuencia de un determinado proceso donde tu equipo está buscando otras formas de ver las cosas, y aterrizarlas es algo inesperado. CO

No está predeterminado dónde aterrices.

Para cerrar, Natasha, a modo de yapa, nos gustaría preguntarte sobre el futuro del diseño. ¡Una pregunta súper fácil! LS

¡Qué pregunta! ¿El futuro? ¿El *future*, dijiste?

Considerando que has desarrollado un interés particular en la intersección entre tecnología y cultura en tu trabajo y que los contextos de producción están siendo transformados radicalmente por la incorporación de sofisticados dispositivos y por la inteligencia artificial, como has dicho, ¿cómo imaginas el futuro de nuestra disciplina en este contexto de rápidos cambios tecnológicos? ¿Cuál será el papel de diseñadoras y diseñadores y, más concretamente, el papel del diseño en sí? LS

Es una pregunta muy, muy grande. En realidad, no tengo una imagen clara sobre eso, pero sí sé un par de cosas. Estamos pasando por una especie de transición. Creo que ahora mismo hay un período de transición entre lo antiguo y lo nuevo. Nunca hay una división clara. Creo que estamos pasando por un cambio de paradigma, algo muy importante y crítico, similar a la invención de la imprenta. Ahora tenemos edición de escritorio, computadoras, tipografía y diseño gráfico; el tratamiento de las imágenes se digitaliza. Ese fue otro gran cambio. Creo que estamos en el comienzo mismo de este cambio.

Así que es muy difícil tener una imagen clara de lo que es la profesión en su conjunto y del rol del diseñador en particular. No tengo una visión muy clara sobre



esto, pero sé que la automatización y la inteligencia artificial (IA) van a redefinir toda la estructura de la profesión a un nivel muy grande. No se trata solo de perder empleos o de crear empleos, porque en este momento me encuentro con un debate sobre la IA, particularmente en torno a la IA generativa. Se oye por todas partes «la gente va a perder el trabajo». Pero la gente también tendrá nuevos trabajos, al igual que ante cualquier cambio histórico. Siempre hubo gente que perdió el trabajo; el mundo entero pasó de la agricultura a la industrialización basada en fábricas, y ahora a la cultura digital. El conjunto de la humanidad pasó por eso. Entonces esto es parte de lo mismo. Pero creo que no se trata de conseguir o crear nuevos puestos de trabajo o de perder empleos. Se trata más bien del papel que desempeña nuestra mente, que también puede jugar en el proceso de diseño, en este tipo de fluido que se llama diseño. Creo que el diseño es increíblemente fluido, porque impulsa al mundo hacia adelante, pero también es impulsado por el mundo. Existe esa constante relación de tire y afloje. Creo que la automatización cambiará radicalmente esta profesión.

¿Cuál crees que es el papel de la especialización disciplinar en este contexto? Sé que has dicho que no te interesa especializarte mucho en algo, que quieres tener la posibilidad de cambiar o de desarrollar un trabajo transversal en diferentes proyectos que quizá hoy ni te imaginas. ¿Es quizá la no-especificidad lo que puede salvarnos? LS

Esa es una gran pregunta. Mi predicción o mi suposición sobre esta pregunta es que las especializaciones serán realizadas por la IA. Todo tipo de especialidades. Pero es la mente humana, que es una inteligencia general, lo que no es reemplazable. Entonces, el diseño muy simple, basado en tareas, repetitivo, supongo que será un nicho especializado y que podría hacerse mediante la IA, hablando muy en general. Lo estamos viendo ahora, por ejemplo, con los sitios web. Era una tarea bastante especializada, pero he visto hacerlo con IA. Todas se encuentran en etapas muy tempranas, no están disponibles para todos, pero, literalmente, puedes decirle a la IA qué tipo de sitio web deseas y esta lo hace, aunque aún de forma bastante rudimentaria. Inteligencia general versus especialización... Todos hemos sido animados a especializarnos. Creo que la disciplina probablemente pasará por muchos cambios en términos de cómo pensamos sobre la especialización.

«Estamos pasando por un cambio de paradigma, algo muy importante y crítico, similar a la invención de la imprenta»

Pienso mucho en que, como docentes de diseño, tal vez tengamos que poner la atención en cómo aprender a pensar y cómo reaprender a ver el mundo y encontrar soluciones, encontrar maneras para ver el problema de otra manera, más que hacer las tareas. Hacer más edición que diseño de lo específico. LS

Creo que sí, creo en la capacidad de preguntarse cuál es la alternativa. Si nosotros desarrollamos en los estudiantes la capacidad de preguntarse «qué pasaría si...», estaremos en un lugar mejor.

La perspectiva de tratar de encontrar las formas de desarrollar pensamiento crítico que nos permitan interactuar con personas en muy diferentes situaciones se da al mismo tiempo que el hecho de que la tecnología revolucionaria no llega a todos los lugares de la misma manera ni al mismo tiempo. Entonces, los estudiantes aún tienen la exigencia profesional de saber cómo desarrollar un sitio web. Así que nosotros seguimos teniendo el desafío de la función del «diseño en el futuro». ¿Eso significa que los diálogos con esa perspectiva de futuro deben también contemplar herramientas para gestionar los requerimientos actuales en los ambientes profesionales? CO

Absolutamente. Es como si nunca hubiera algo claro en la división entre el pasado y el presente, lo actual y el futuro. Es siempre un continuo. Estamos viviendo ahora mismo, pero siempre tomamos mucho del pasado, incluidas nuestras herramientas, y las habilidades que adquirimos siempre son del pasado, de la acumulación de vivir una vida, de todo lo que tenemos detrás. Pero, al mismo tiempo, eso también evoluciona para poder ir hacia adelante. Así que nunca hay una línea muy clara en esto.

Es como la tecnología misma: no tiene una línea clara. Podemos tener IA y descubrir cómo tratar el cáncer, por ejemplo, algo súper avanzado, pero, al mismo tiempo, en realidad, podemos usar también tecnologías bastante básicas, como el vapor o el calor; esto sigue siendo usado solo por una pequeña cantidad de población, para industrias mucho más pequeñas, pero nunca desaparece en realidad. Creo que la idea de que las cosas viejas nunca desaparecen es muy importante, pero siempre hay novedades que van a entrar en tu mente, en tu espacio, en nuestras vidas de cada día.

Realmente fue un placer para nosotras tener esta entrevista contigo. Muchas gracias, Natasha.

Esto fue genial.





- LUCÍA STAGNARO** Licenciada en Artes Visuales, opción Diseño Gráfico (IENBA-Udelar). Diplomada en Producción editorial (CLAEH). Maestranda en Información y Comunicación (FIC-Udelar), en proceso de escritura de tesis. Becada por la Comisión Académica de Posgrado (CAP, Udelar) entre 2019 y 2021. Maestranda en Diseño de Medios Editoriales Analógicos y Digitales (FADU-UNL, Argentina). Docente de alta dedicación de la Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual desde 2013. Profesora agregada (subrogante) del DPCV. Ha coordinado cursos de Taller de Diseño de Comunicación Visual (I y II) de segundo año, los talleres de Tipografía (I, II, III y IV) de segundo y tercer año, y varias ediciones del Seminario Inicial (primer año). Directora del Departamento de Proyecto de Comunicación Visual (DPCV) del Instituto de Proyecto (IP, FADU-Udelar), desde enero de 2020 hasta febrero de 2024. Actualmente integra el equipo de coordinación académica del Área de Proyecto de la Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual (LDCV, FADU-Udelar). En su práctica profesional se ha especializado en la producción editorial, aportando en diversos proyectos desde el diseño, la generación y gestión de contenidos y la edición. Su experiencia laboral se concentra, fundamentalmente, en publicaciones académicas y en medios gráficos de prensa.
- CAROLINA OCAMPO** Candidata a magíster en Arte y Cultura Visual (FArtes-Udelar), actualmente finalizando la redacción de tesis. Becaria ANII Posgrados Nacionales (2022-2023). Licenciada en Diseño de Comunicación Visual (FADU-FArtes-Udelar, 2018). Docente universitaria desde 2020. Ayudante y asistente del DPCV-LDCV: de 2020 a 2021 en el Taller de Tipografía I, II, III y IV; de 2021 a la actualidad en Proyecto Final de Carrera; en 2023 en la optativa Itinerario; desde el primer semestre de 2024 en DCVI Matutino. Desarrolla su actividad profesional independiente vinculada directamente a la cultura visual, específicamente a la creación en diseño, concentrada en la ilustración, el diseño editorial y el diseño de marca, áreas en las que se desempeña desde 2012. Desde 2022 es codirectora de Arte y encargada de Maquetación de la revista *Jacobin* en su versión latinoamericana. En el período 2019-2022 fue encargada del equipo de Diseño y Maquetación del semanario *Brecha*, rol a partir del cual participó como coautora y responsable del proyecto de rediseño editorial lanzado en 2020.

entrevistas