

LA CONDUCTA VIAL DE LOS JÓVENES EN LA PLATA, EN UN CONTEXTO DE INDUSTRIA CULTURAL Y POSMODERNIDAD

Héctor A. Ungurean
Universidad Nacional de La Plata (Argentina)
hec dol@yahoo.com.ar

Resumen

En la presente publicación me propongo abordar, desde el punto de vista del diseño en comunicación visual, uno de los llamados espacios socioeducativos (1) en el que están insertos los jóvenes, en relación con el tránsito vehicular en la ciudad de La Plata. Este espacio es el de los medios de comunicación y la incidencia de los mensajes publicitarios tiene sobre los jóvenes, en relación con sus conductas en el tránsito y los incidentes viales.

Este artículo, y su marco teórico es parte del Proyecto de Investigación que actualmente me encuentro desarrollando, denominado: *Cómo influyen los conocimientos previos y los mensajes en los medios de comunicación en los jóvenes que se inician en la conducción vehicular en La Plata.*

Palabras clave: Diseño, Comunicación, Jóvenes, Incidentes viales, Industria Cultural.

Los registros estadísticos y los medios masivos de comunicación, dan cuenta que los incidentes (2) de tránsito en nuestro país constituyen un problema muy grave que afecta a toda la sociedad, y que por sobre todo, va en aumento. Los traumatismos sufridos por las personas, las secuelas físicas, psicológicas, y fundamentalmente las pérdidas humanas, ponen de manifiesto el enorme sufrimiento que infringe en las personas este flagelo, por el que se reclama desde diversos sectores sociales, la urgente necesidad de que las instituciones responsables, comiencen a tomar decisiones al respecto, en búsqueda de soluciones de fondo. Muy por el contrario, lo hecho hasta el momento se visualiza como una continuación de propuestas repetidas, con las cuales se pretende enmendar por medio de acciones generalizadas y esporádicas, un problema que requiere una atención mucho más profundizada, persistente y permanente. Pero esta apatía generalizada no responde solo a la indiferencia o la ineptitud de las instituciones responsables, es el producto también del contexto en el que se desarrolla la sociedad actual, un marco de capitalismo postindustrial, el negocio como ideología e industria cultural.

Breve reseña sobre la evolución del diseño en comunicación visual

Justo en el instante en que el hombre tuvo la necesidad de expresar el pequeño contexto social vital que lo rodeaba, a través de la transmisión de sus pensamientos y conocimientos, dio comienzo sin saberlo, a la construcción de lo que hoy se conoce como "cultura". Así, esos primitivos grafismos fueron convirtiéndose en el recurso utilizado para transmitir conocimientos, pretendiendo dejar registro de ideas por medio de signos, como instrumento de representación para aquellos primitivos observadores.

La imagen evolucionó hacia la escritura, y al establecimiento posterior del alfabeto como forma de transmitir los sonidos del habla de todos los tiempos. Durante el transcurso de los últimos 2.500 años, los distintos medios para la transmisión de los mensajes de comunicación visual, tales como la pintura, la escultura, el dibujo, el mosaico, entre otros, y sus soportes (tabla, lienzo, muro, piedra, mármol o papel), han experimentado consecutivas transformaciones técnicas, formales y estéticas.

En los comienzos de la edad moderna, con el desarrollo de la imagen impresa, en el siglo XV, por medio de la xilografía y la invención de la tipografía, las decisiones formales y estéticas eran exclusividad de los artistas, quienes evaluaban la calidad de los mensajes atendiendo a criterios y gustos personales.

Ya en los comienzos de la modernidad, el capitalismo irrumpe la escena social del siglo XIX para sistematizar la producción de mercancías, promoviendo el desarrollo del negocio ideológico de los medios masivos de comunicación. En un contexto de transformaciones urbanas, del desarrollo de la técnica de reproductibilidad, la industria cultural y la estandarización de la vida, la división del trabajo pone en manos del impresor el diseño de los mensajes visuales, quien mediante criterios racionales de ornamentación, estilos y medidas tipográficas, compone sus impresiones, mientras que el artista dibujante ornamenta con sus ilustraciones.

Las consecutivas agitaciones políticas en occidente de principios de siglo XX, trajeron consigo violentos cambios tanto en las artes visuales como en el diseño. Para Walter Benjamin, la década del 30 encuentra esta doble puja: el fascismo estetiza la política y el

marxismo responde politizando el arte como un acto ideológico de persuasión sobre las masas (3), comenzando a considerarse el uso de la forma visual en función de una comunicación eficaz.

El período de posguerra, más bien a partir de los años 60, trae consigo una reestructuración de contenidos anteriores, cambios culturales que provocan un nuevo tipo de vida social y un nuevo orden económico, surge la experiencia posmoderna. Fredric Jameson destaca dos rasgos claves del posmodernismo: por un lado los límites difusos entre la cultura superior y la cultura de masas; y por otro, la unificación entre los discursos de las disciplinas (4). En esta etapa comienza a estudiarse la legibilidad de los mensajes, con las influencias de los nuevos conocimientos aportados por la sociología, la psicología, la lingüística, y la comercialización, terminando de conformar el rol del diseñador gráfico, despojándolo de preocupaciones formales, para orientarlo hacia la búsqueda de significado sobre la base de una configuración significante, es decir de la comunicación.

El ámbito donde se desarrolla el diseñador en comunicación visual en nuestros días es por lo general el productivo. En la sociedad actual, todo se diseña, se produce, reproduce y se distribuye a los consumidores ávidos de productos y servicios, que el mismo sistema capitalista previamente selecciona, creando las necesidades. Un esquema global de industria cultural donde nadie queda afuera y todos respondemos de manera incondicional, hasta en estado de distracción (5), seducidos por el poder, a la insistente repetición y transformación de las imágenes publicitarias que circulan por los medios masivos de comunicación. En este mundo, el diseñador en comunicación visual es un engranaje clave del sistema, el desarrollo de su capacidad intelectual y técnica, le permite atender las necesidades de sus clientes y productos, trasladándolas al lenguaje gráfico, atravesado por diversos condicionantes económicos, técnicos, mediáticos, de uso, entre otros, los cuales pueden ser absolutamente diversos, en relación con el segmento de consumidores y potenciales clientes. Pero bajo las leyes de este mismo esquema social, el diseñador de comunicaciones visuales puede contribuir con sus capacidades, con fines sociales más nobles. Su desempeño inserto en políticas estatales de acción social, por ejemplo en las relacionadas con la salud pública, puede ser de gran ayuda para mejorar la calidad de vida de los individuos, como es el caso del diseño mensajes y la planificación de campañas de comunicación visual para la prevención de incidentes viales.

Ciudad moderna y motorización posmoderna

Los modelos de desarrollo adoptados por los países latinoamericanos han determinado la estructuración de los territorios. Tanto la planificación de las ciudades como su desarrollo urbano, entre sus particularidades, poseen características comunes entre sí, dadas por los modos de ocupación del territorio y los grupos migratorios que con sus tradiciones culturales fueron llegando en distintas épocas al continente.

Las primeras ciudades latinoamericanas se originaron de modo estratégico como centros para la penetración y el dominio político del imperio conquistador español y portugués usurpando territorio aborigen, siendo el factor fundamental en la organización de los países hasta principios del siglo XIX. En el territorio que hoy conocemos como Argentina, los primeros caminos fueron los tallados entre Buenos Aires y el Alto Perú, para permitir el transporte a sangre de las materias primas usufructuadas por la corona española, los que sirvieron como referencia para la localización de los primeros asentamientos poblacionales. El impacto que significó la revolución industrial, tuvo sus repercusiones también en Latinoamérica, el moderno impulso de la razón puso su impronta en la conformación de las ciudades capitalistas en Argentina. La ciudad de La Plata, expone un claro ejemplo de ciudad moderna, ya que fue una ciudad pensada, diseñada e implantada de manera estratégica, de modo que permita el intercambio económico y el control urbano. Sobre su ortogonal trazado en damero, se implantaron los principales edificios monumentales administrativos y de culto, los bulevares y diagonales, los espacios verdes, hasta el último de los detalles, como el tipo y color de las baldosas, fue establecido de manera racional. Las viviendas de la burguesía se instalaron en lugares exclusivos, mientras que las actividades preindustriales y el cementerio se dispusieron en la periferia.

Pero la implantación de esta perfecta organización racional del espacio urbano de carácter monumental, también trajo consigo lo que Walter Benjamin definió como vértigo urbano y shock estético (6). Refiriéndose a los espacios urbanos y el comportamiento social en el contexto de la ciudad capitalista, Benjamin lo describe como un ámbito hostil donde el proletario es un luchador esclavo, víctima de una alienación, producto de la división del trabajo estandarizado e inorgánico. Afirma que el ser humano deviene en mercancía para penetrar en el mercado, por la cual se vive y se muere impactado por el shock de la ciudad capitalista, trayendo como herencia la percepción de la gran ciudad como amenaza.

Con posterioridad a la Segunda Guerra Mundial, entra en la escena de las ciudades una nueva fase de la evolución del capitalismo: esta etapa es la transición a la posmodernidad. Una etapa de transformaciones presidida por la creciente preponderancia del comercio mundializado. Es un período de crecimiento y consolidación de grandes empresas que proyectan cada vez más su actuación a nivel global. Todo esto tiene repercusiones en los países como Argentina, promoviendo las corrientes migratorias desde el interior del país, provocando un crecimiento poblacional desmedido y el hacinamiento en las

principales ciudades, entre ellas la ciudad de La Plata.

Este proceso coexiste con el desarrollo y proliferación de la motorización y del transporte por carretera, de hecho, la economía se desarrolla en torno a la producción y exportación de materias primas de los sectores agroindustriales, que se relaciona en importante medida, con el sector del automotor.

Fredric Jameson, se refiere a los cambios en la ciudad posmoderna como mutaciones del espacio edificado (7), al que los sujetos entran por casualidad en un nuevo espacio impuesto, que no ha sido acompañado por ningún proceso común, con hábitos de percepción anteriores, y que por sobre todo es desconcertante, donde el movimiento es una constante, imponiéndose la cultura del automóvil. Hoy la tensión entre campo y ciudad se ve reemplazada por la del suburbio y la estandarización universal.

La era de la motorización masiva comenzó a disparar las cifras de incidentes viales, como producto de la combinación de un rápido aumento de vehículos con limitados recursos de seguridad, mantenimiento viario y vigilancia, haciendo estragos en países como Argentina.

Las ciudades principales experimentaron cambios muy importantes en los últimos años, la nueva sociedad postindustrial capitalista, se caracteriza por ser la sociedad de consumo, el cual se hace visible sin lugar a dudas, a través del incremento de vehículos motorizados, principalmente automóviles y motocicletas, que por su versatilidad, relativo bajo costo, y facilidades de compra, satisfacen las necesidades de traslado de las personas de manera ágil, que otros medios de transporte no logran hacer con tal rapidez y eficacia. El fetiche de la mercancía automóvil o motocicleta, adquiere cada vez mas poder de incidencia sobre las personas, en especial los jóvenes, quienes apelando a necesidades impuestas por el mercado, como la falsa sensación de libertad (8), y el sentido de pertenecer a un determinado grupo social, se convierten en los principales demandantes. Un ejemplo de esta demanda es causada por los llamados "scooters", aumentando considerablemente la cantidad de este tipo de vehículos que circulan por las calles, provocando un impacto significativo en el tránsito local. En poco tiempo la circulación local se vio alterada, y lo más trágico es que se incrementaron en forma progresiva los incidentes viales protagonizados por jóvenes que se inician en la conducción de motocicletas, signados por la intolerancia de los tiempos que corren.

El consumo en los jóvenes y las conductas en el tránsito

Como se mencionó anteriormente, la modernidad implanta en la sociedad una nueva manera de producción: lo artesanal ahora se produciría en serie, este cambio hace que las familias ya no sean quienes elaboren los productos. La acumulación de capital por parte de la burguesía inglesa proveniente de la expansión colonial y comercial, originan la producción industrial, iniciando el sistema económico capitalista.

Pero la racionalidad impulsada por el poder del capital traería consigo cambios socioculturales mucho más profundos, sumado a las ya mencionadas transformaciones urbanas, el desarrollo de la técnica y la posterior ingeniería de la Industria Cultural, sistematizando las relaciones de producción económica, abriendo el camino al desarrollo de los medios de comunicación masivos, y cambiando la función autónoma del arte, para transformarla en mercancía.

a- La industria cultural y el negocio como ideología

La pérdida del "aura" que la reproducción técnica produce en la obra de arte moderna, Benjamin lo ve como algo positivo, en el sentido que modifica la relación de la masa para con la obra artística. Este postulado de Benjamin, que además lo percibe como un modo de democratización del objeto artístico no solo para la "élite", es confrontado por otros dos exponentes de la escuela de Frankfurt, como Theodor Adorno y Max Horkheimer, quienes sostienen que el desarrollo del progreso técnico, provoca un "caos cultural", el cual se intensifica, perfecciona y experimentará transformaciones hasta nuestros días. Los individuos que participan en la industria se diluyen en las masas, provocando la estandarización de la cultura (9). El rápido uso y lo descartable, delinea así una civilización con aire de semejanza, donde la industria cultural utiliza la tecnología como excusa para ocultar el negocio de la ideología, difundida a través de los mensajes en los medios masivos de comunicación (film, radio y semanarios) (10), que remite de manera autoritaria los programas a todos los espectadores por igual, promoviendo el individualismo.

La industria cultural trata de la misma manera al todo y a las partes bajo un esquema de falsa naturalidad e identidad entre el universal y el particular. Los individuos pasan a ser consumidores, quienes bajo la lógica del dominio son seleccionados y manipulados por medio de "clichés" y el fetiche de la mercancía publicitaria, que se introduce en la vida rutinaria de las personas, quienes se dirigen hacia la categoría de producto que ha sido preparada para su tipo. La innovación siempre consiste en la reproducción en masa sofocando a los consumidores sumidos en la violencia de la sociedad industrial, de esta manera la industria cultural solidifica sus posiciones sobre las necesidades de los consumidores de manera brutal y sin límite alguno. Por otra parte, en los momentos de ocio, divertirse significa no pensar, olvidando el dolor, llevando como trasfondo la impotencia.

A finales de los años 50, comienza a producirse una ruptura en la estética moderna con grandes cambios culturales, las

experiencias reaccionarias en las artes y el establecimiento de un nuevo orden internacional, dan lugar a la estética posmoderna. La producción de mercancías está estrictamente ligada a los cambios estilísticos derivados de las experimentaciones artísticas. Se impone el capitalismo multinacional conformando una nueva sociedad de consumo adicta a los medios de masivos de comunicación. La penetración de la publicidad a través de la televisión y la Internet, acelera los ritmos de vida y transforma todo en obsoleto. Pero el gran tema tiene que ver con el modo en que todo nuestro sistema social contemporáneo comenzó a perder la capacidad de retener el pasado, los medios de comunicación de noticias no ayudan a olvidar el pasado, agotan las noticias, que son relegadas por las recientes, la realidad se transforma en imágenes como rasgo (11).

b- La Educación y los jóvenes

Las acciones llevadas a delante en nuestro país por parte del Estado y por organizaciones no gubernamentales en términos de educación vial, constituyen esfuerzos que no se pueden eludir, pero lamentablemente están muy lejos de obtener la rentabilidad deseada. Está claro que estas acciones llevadas a cabo hasta el momento no alcanzan, sin duda es el Estado quien ostenta la responsabilidad de garantizar, entre otras cosas la seguridad vial. Años de trabajo en la elaboración de programas e investigaciones, tanto en nuestro país como en otros que poseen experiencia en la práctica, dan cuenta de cómo debe implementarse la educación vial en el sistema educativo formal. Pero es preciso establecer los alcances del término, cuando hablamos de educación, éste no se reduce solo al ámbito formal, si se considera como una “necesidad ciudadana”. La Doctora Violeta Manso (12) plantea que la educación involucra a un “conjunto de agentes educadores” en el que se incluye principalmente la familia, los centros escolares, los centros de educación superior, los espacios reales y virtuales de formación continua, el centro de trabajo, la ciudad educadora, las asociaciones, los medios de comunicación, la sociedad en su conjunto (13). Este concepto nos conduce a repasar los métodos con los cuales se ha tratado la temática de la educación vial en nuestro país hasta el momento, puesto que el tránsito es parte de nuestra cultura, por ende la incorporación de la educación vial al sistema de la educación formal debería estar inserto dentro de una política integral e integradora, considerando el contexto social, el ámbito particular y la heterogeneidad de las audiencias.

Por otra parte, Isabelino Siede (14), hace una crítica a las fallas de los fundamentos de las propuestas pedagógicas de la enseñanza de la educación vial, en el ámbito de la educación formal. Siede afirma que carecen de una definición de una finalidad clara, que en general se traslada sin mediaciones desde las demandas sociales, las políticas públicas y el discurso de los medios masivos de comunicación (15). La propuesta formativa debe incorporar las diferentes disciplinas que estudian el tránsito para que los estudiantes se formen como peatones, usuarios de vehículos particulares y transporte público, y no sólo como conductores de vehículos, tal como se privilegia en la educación vial tradicional.

En este marco es necesario plantear algunas consideraciones generales, como por ejemplo no reducir la enseñanza a una modalidad verbalista o a la inducción de conductas puntuales, por ser metodologías son contrarias a la autonomía y la construcción de actitudes. El docente debe promover en los alumnos criterios de autonomía responsable, cuidado personal y solidaridad social, invitando a pensar y brindar las herramientas para hacerlo. Por último, Siede propone un cambio en la terminología de la temática, sostiene que debe llamarse educación del transeúnte, puesto que los niños ingresan al sistema de tránsito como peatones.

El incesante incremento en la velocidad de las comunicaciones, y los cambios que se imponen día a día en nuestra sociedad de consumo, reprime cualquier indicio de relajamiento reflexivo emocional en las personas, principalmente en los jóvenes con edades de iniciarse en la conducción de vehículos motorizados. Cualquiera sea su entorno social en el que conviven, los jóvenes experimentan la sensación incontrolable de vivir inmersos en el hipnotismo fascinante de las tecnologías (pretexto de la técnica), y los medios masivos de comunicación, que los recluye del ámbito hostil que impone la ciudad capitalista y la sociedad mediatizada. El aislamiento y la dependencia es cada vez mayor en la era de la conectividad, afectando a los jóvenes mientras transitan un período de inmadurez natural e intolerancia. Esta situación los hace susceptibles y permeables a los estímulos de los mensajes del fetichismo mercantil, sustento del capitalismo multinacional en la era posmoderna. Todo transcurre con extrema rapidez, el tiempo de uso de los productos es cada vez menor, y el mercado, frente al impedimento de no poder transformar la vida en mercancía, escinde a la misma de sentido y valor alguno. Este es el mensaje de la industria cultural más contundente y perverso que perciben permanentemente los jóvenes de nuestra sociedad, quienes son los más perjudicados porque está en juego sus vidas.

Esto indudablemente modifica las conductas sociales de los jóvenes, colocándolos en situación de promiscuidad, frente al riesgo que implica la conducción de vehículos motorizados en la ciudad, para lo cual el Estado, a través de las instituciones de educación formal obligatoria, no proporciona una educación vial acorde a la cultura a la que están expuestos, y quienes por otra parte, tampoco reciben el entrenamiento necesario para la circulación preventiva, puesto que en la mayoría de los casos, a

conducir motocicletas se aprende directamente en la calle.

Notas

- (1) Concepto que indica uno o varios tipos de ayuda educativa al aprendizaje de las personas, centrándose en la Educación social, la Educación formal, la Educación no formal y la Educación informal, como la familia, los Centros Escolares, los Centros de Educación Superior, los espacios reales y virtuales de formación continua, la Fábrica o el Centro de trabajo, la Ciudad, las Asociaciones, los Medios de Comunicación, la Sociedad en su conjunto. Doctora Violeta Manso Pérez. "La Educación Vial en la Prevención de los Accidentes de Tráfico". Dirección General de Tráfico. Centro Superior de Educación Vial, Salamanca, España. pp. 2 a 4 (Fecha de consulta 26 de septiembre de 2006). Disponible en: www.defensoria.org.ar/doc/transito01.doc
- (2) El término accidente es sustituido por el de incidente, por indicar este, un suceso que sobreviene por alguna causa, que es la que provoca el hecho, y que puede ser evitado. Frascara, Jorge. "Diseño para la Gente", Comunicación de Masa y Cambio Social, Ed. Infinito Buenos Aires, Argentina. 2004. Citado en Ungurean, Héctor A. "Intervención con una propuesta de comunicación visual para la prevención de accidentes de tránsito en Chivilcoy". Beca de Perfeccionamiento UNLP 2005-2007: Informe final. Pág. 64.
- (3) Martin Jay. "Campos de Fuerza". Entre la historia intelectual y la crítica cultural, Cap. La ideología estética como ideología, o qué significa estetizar la política. Buenos Aires. Ed. Paidós. 2003.
- (4, 7 y 11) Fredric Jameson. "El Giro Cultural". Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983 – 1998. Cap. "El posmodernismo y la sociedad de consumo". Ed. Manantial. Buenos Aires 2002.
- (5, 8, 9 y 10) Theodor W. Adorno y Max Horkheimer. "Dialéctica del iluminismo". México. Ed. Hermes, 1997.
- (6) Walter Benjamín. "Poesía y Capitalismo". Cap. "El París del Segundo Imperio en Baudelaire". Madrid. Ed. Taurus 1976.
- (12) La Doctora Violeta Manso Pérez es experta en Educación Vial, integrante del Centro Superior de Educación vial de Salamanca, España, precursora del proyecto "Visión Cero" e integrante del Proyecto "Alcoy" de la ciudad de Alicante.
- (13) Doctora Violeta Manso Pérez. La aportación de los agentes educadores en la movilidad segura. La familia, la escuela y la sociedad. En: ENCUENTRO Movilidad Humana (2007. Universidad de Morón. Buenos Aires. Argentina), pp. 5 y 6.
- (14) El Profesor Isabelino Ahmed Siede, es Licenciado en Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de La Plata, docente y asesor pedagógico del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- (15) Isabelino Ahmed Siede. "Criterios pedagógicos y didácticos para educar al ciudadano que transita". En: ENCUENTRO Movilidad Humana (2007. Universidad de Morón. Buenos Aires. Argentina), p. 3.

Bibliografía

- Adorno, Theodor W y Horkheimer, Max. "Dialéctica del iluminismo". México. Ed. Hermes 1997.
- Benjamín, Walter: Discursos ininterrumpidos. Caps. "El París del Segundo Imperio", "Sobre algunos temas de Baudelaire" y "La obra de arte en la época de la reproducción técnica". Madrid. Ed. Taurus 1976.
- Frascara, Jorge. "Diseño para la Gente", Comunicación de Masa y Cambio Social, Ed. Infinito Buenos Aires, Argentina. 2004
- Jameson, Fredric. El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998. Buenos Aires, Manantial, 1ª reimp. 2002.
- Jay, Martín. Campos de fuerza. Entre la historia intelectual y la crítica cultural, Buenos Aires, Paidós, 2003.
- Manso Pérez, Violeta. "La aportación de los agentes educadores en la movilidad segura". La familia, la escuela y la sociedad. En: ENCUENTRO Movilidad Humana. (2007. Universidad de Morón. Buenos Aires. Argentina).
- Siede, Isabelino Ahmed. "Criterios pedagógicos y didácticos para educar al ciudadano que transita". En: ENCUENTRO Movilidad Humana. (2007. Universidad de Morón. Buenos Aires. Argentina).
- Ungurean, Héctor A. "Intervención con una propuesta de comunicación visual para la prevención de accidentes de tránsito en Chivilcoy". Beca de Perfeccionamiento UNLP 2005-2007: Informe final.

HÉCTOR A. UNGUREAN

Es Diseñador en Comunicación Visual, egresado de la FBA, UNLP, en 2000. Se desempeña como docente del Taller de DCV "B" desde 1999. Es Becario de Investigación Nivel Formación Superior (UNLP) y alumno del Magíster en Estética y Teoría de las Artes, FBA.

Integra el equipo editor, y es responsable del diseño de "B", Publicación Digital de los Becarios de Investigación de la Facultad de Bellas Artes. Ha colaborado también en proyectos de Extensión.

Además de realizar trabajos para privados, ha integrado el equipo de Diseño del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, donde realizó consultorías para el BID.

Ha obtenido Primer mención en concurso Identidad Visual para el Colegio de Abogados de Bahía Blanca (2007), Primer Premio en el concurso identidad institucional para el Fondo Editorial Rionegrino, Viedma, Provincia de Río Negro. (2006). Primer Premio en el 3º Salón Nacional de Diseño, Buenos Aires. (2000).