

clientes? Suele suceder que muchos de los que defienden esta posición extremista de un diseño tan “noble” que no debe codearse con el vil mundo comercial son los que justamente decidieron no vivir de la práctica del diseño como profesión.

Ausencia injustificada

¿A qué obedece la ausencia de herramientas de gestión en los planes de estudio de una carrera en la que el 95% de los estudiantes aspira a formar una empresa? Cuesta encontrar una explicación. Lo cierto es que desde su formación, se enseña al diseñador gráfico a rechazar en forma sistemática la palabra “negocios”. A lo que debemos sumarle nuestra incapacidad natural para la venta, con un perfil profesional cada vez más errado –abusando de la informalidad y bohemia–, que contribuye a una sub-valoración de la actividad por parte del mundo empresario, en un mercado en el que la oferta de diseñadores supera con creces a la demanda, determinando (ley básica del mercado) precios cada vez más bajos para los servicios de diseño gráfico y, por ende, también un deterioro en los sueldos de los diseñadores asalariados.

Los diseñadores gráficos forman parte de una actividad que constituye una porción ínfima de la economía y, a pesar de esa realidad, viven con cierta ¡culpa! por tener “clientes” a quienes les “venden” un servicio. En tanto los diseñadores no asuman su “responsabilidad consigo mismos” y sus familias (o futuras familias), seguirán teniendo problemas económicos o, llegada cierta edad, se verán obligados a cambiar de actividad por otra que les permita ganarse la vida.

Notas

1. La investigación mencionada se llevó a cabo a través de encuestas a estudiantes, profesionales y docentes, habiendo abarcado a nueve mil personas, y obteniendo respuestas de todas las provincias argentinas donde se estudia la profesión.
2. Empresarialidad en economías emergentes, Informe Argentina. Banco Interamericano de Desarrollo / Universidad Nacional General Sarmiento.

El diseño de promenades o formas secuenciales arquitectónicas y su aplicación en el diseño de interior

Jorge Eduardo Pokropek y Ana María Cravino

Decir *promenade* y convocar a Le Corbusier en nuestra memoria son actos casi simultáneos. La noción de *promenade architecturale*, entendida como “paseo arquitectónico” tiene en Le Corbusier su referente más intenso. Es por ello que la “Ville La Roche” como “Ville Savoye” suelen citarse como ejemplos paradigmáticos de objetos arquitectónicos concebidos desde este enfoque.

La búsqueda de una espacialidad continua y fluida, como exaltación de una experiencia estética originada durante el recorrido o *promenade* fue un objetivo común de muchos de los “pioneros del diseño moderno”. La *promenade* es un “tipo” de espacio interior y arquitectónico que, por sus características, puede estimular en su fruidor o habitante una experiencia estética similar a la originada en las formas literarias, cinematográficas o musicales, dotadas de estructuras narrativas y organizadas secuencialmente.

Por Forma Secuencial arquitectónica entendemos

un tipo de forma secuencial cuyas entidades formales pueden consistir en configurados huecos o macizos explícitamente vinculados por una trayectoria espacial trascendente cuya percepción impone un tiempo existencial durante el cual se propone la lectura de una estructura narrativa o argumento que sirva de base a la celebración de ritos o ceremonias sociales.

Por otra parte definimos como estructura narrativa a aquella organización formal compuesta por tres partes secuencialmente vinculadas, factibles de ser conceptualizadas como inicio, desarrollo y desenlace. Esta organización formal corresponde a la noción de argumento o relato. Las Formas Secuenciales tienen estructura narrativa y por ende responden a lógicas de transformación, ya que según Greimas todo relato o argumento es la transformación de un contrario semántico hasta alcanzar el otro. Esta “transformación”, puede darse simultáneamente en los tres ejes: sintáctico, semántico y pragmático, lo que redundará en una Forma Secuencial “fuerte”, pero también puede darse únicamente sobre los ejes semánticos y pragmáticos dejando sobre el eje sintáctico una mera sucesión de entidades formales de distinta génesis geométrica. Este es el caso más frecuente.

En este caso, insistimos, la narración o argumento es posible si la lectura sucesiva de los diversos significados atribuibles al conjunto de entidades configura o permite una práctica social ritual o ceremonial, ya que ellas se estructuran espacio-temporalmente con inicio, desarrollo y desenlace...

El diseño intencionado de Formas Secuenciales en función del estímulo de conductas y emociones intensifica la experiencia estética de la arquitectura y el diseño de interior.

Branding Simbólico

Andrea Pol

El *Branding* o proceso de construcción de marca es una decisión estratégica. Inspirada en la visión, valores y posicionamiento, la marca plasma los atributos de la personalidad corporativa.