

del *website* tienen que dar prioridad a las necesidades del usuario (cliente 'real'), para lo cual el público objetivo tiene que estar bien definido.

Es en esta parte del proceso en donde el concepto de Accesibilidad aparece como una herramienta que permite una mayor comunicación con todos los posibles visitantes. Un *website* accesible es aquel que permite el acceso a la información - contenido sin limitación alguna por razón de deficiencia, minusvalía, y lo más importante: sin la limitación a la tecnología usada. Esto refiere específicamente al uso de navegador, sistema operativo y medio de acceso.

Para el correcto uso de la Accesibilidad en nuestros proyectos hay que tener en cuenta estos 7 principios: 1) evitar asumir cual puede ser las limitaciones (físicas, mentales o sensoriales) de los posibles usuarios; 2) todo lo que debes asumir de la capacidad tecnológica de tus usuarios es que son capaces de enviar y recibir texto; 3) el tiempo y tecnología de tus usuarios les pertenece a ellos, no deberías tomar control de alguno de ellos, a menos que tengas una muy buena razón; 4) darle al contenido sin texto, texto (videos, audios); 5) usar toda la tecnología disponible para llegar a tu público objetivo; 6) usa un lenguaje claro y simple para comunicar efectivamente tu mensaje; 7) Mantén una separación entre el contenido y la presentación.

Esta conferencia fue dictada por **Hugo Campodonico** (A1.Peru - Perú) el jueves 31 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Medios digitales y nuevas tecnologías en la enseñanza del diseño

Oscar Javier Cardozo Guzman y Luis Alberto Lesmes

El problema

Llama la atención encontrar que a pesar de los evidentes avances en tecnología, y particularmente en el campo de las comunicaciones, los procesos educativos parecen mostrar un grado alto de atraso frente a la implementación y desarrollo de prácticas mediadas, que demuestren resultados sobresalientes y concordantes con los avances mostrados en el ejercicio de otras disciplinas. Mucho se ha discutido al respecto, pero pareciera no encontrarse una razón válida para justificar el lento y tormentoso proceso.

América latina se encuentra inmersa en un generalizado movimiento reformista de las estructuras educativas iniciado sobre el modelo neoliberal de finales de los años noventa, enmarcado por las tendencias globalizantes, y con claras ideologías de eficiencia y búsqueda de resultados prácticos.

El uso de los medios digitales en las prácticas educativas es evidentemente estratégico. Permiten romper

con límites de tiempo y espacio, amplían la cobertura y el alcance de los procesos; pueden ser económicos, eficientes, rápidos y efectivos. Sin duda, un tema que nunca ha estado en discusión, es el potencial que las herramientas tecnológicas tienen en la educación. ¿Dónde radica entonces el origen de la problemática?

El diseñar

Aprender el diseñar, enseñar el diseñar, diseñar el diseñar no es hoy en día lo que suponemos es. De la misma manera que la imprenta de Gutenberg modificó la forma cómo la información se almacenaba, se reproducía y se transfería, los nuevos medios digitales, particularmente Internet, nos ofrecen nuevas formas y velocidades para crear y acceder a la información. Estas formas y velocidades, para quien convive con ellas desde su formación básica, son del todo naturales, para quien ha tenido que modificar sus estructuras para adaptarse a ellas el proceso de reconocer sus posibilidades y trascendencia es complejo. Definir las posibilidades de estas formas y velocidades para un ejercicio académico en diseño y aproximarse a un reconocimiento del estudiante de la era digital permitirá repensar claramente la forma como se pueden proponer las herramientas tecnológicas en la academia.

El diseño, desde la academia, requiere de la puesta en marcha de una serie de procesos encaminados a definir el nuevo estudiante nativo de lo digital para establecer estrategias y métodos acordes con su manera de ver y abordar el ejercicio del diseño. De manera que nos enfrentamos a diferentes posiciones desde las cuales podemos tratar de definir la problemática de la aplicación de medios digitales en la educación, particularmente en diseño: desde la academia de diseño, desde el oficio mismo de quien diseña y quien enseña en el diseño y desde el estudiante que aprende el diseñar. Estos 'puntos de vista' permiten abordar el problema de los nuevos medios en ejercicios educativos no sólo desde la metodología pedagógica o desde políticas estatales o desde la academia sino que inserta al estudiante, al diseñador y al docente como bases para pensar las estrategias de implantación de medios digitales en prácticas educativas. Es posible pensar, entonces, que el problema, más allá de lo tecnológico o de lo pedagógico, toca lo comportamental y procedimental del oficio del diseño y del diseñador. Frente a una revolución subestimada que cambia no solamente las estructuras informáticas sino que afecta notoriamente las estructuras mentales de los individuos, afectando el cómo perciben y leen sus realidades, digitales o no, tenemos que comenzar por 'conocer' este nuevo diseñador y frente a él proponer un ejercicio educativo mediado digitalmente.

Tres propuestas para empezar a interpretar los medios digitales en el ejercicio académico del diseño:

- Entender lo digital. ¿Son claras las implicaciones y las posibilidades de lo que llamamos digital? ¿El concepto digital, que define? Acercarse a una definición clara de lo que el concepto digital engloba puede ayudar a definir sus posibilidades reales para el diseñar y enseñar el diseñar. Desmitificar lo digital y desligarlo de su acepción estrictamente técnica abrirá las puertas

de una interpretación teórica más enriquecedora y coherente con el pensar de la academia.

- Reconocer al estudiante de la era digital. Es claro que las nuevas tecnologías han cambiado, y lo seguirán haciendo, la forma de interpretar y comunicar el mundo. Entender que el estudiante que hoy accede a la educación superior no solo es diferente, es otro, ayudará a confirmar que el cambio en los métodos y prácticas educativas del diseño es y deberá ser radical, más allá de apropiarse de tecnologías en la academia.
- Diseñar el diseño. La actividad proyectual, ante lo expuesto, posiblemente sea hoy diferente. Reconocer este cambio y adoptar una postura prospectiva frente al mismo encaminará la apropiación de lo digital de una manera pertinente y coherente.

Esta conferencia fue dictada por **Oscar Javier Cardozo Guzmán** y **Luis Alberto Lesmes** (Universidad Autónoma de Colombia - Colombia) el jueves 31 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Diseñar con colores. Límites y alcances del recurso para el diseño de información

Walter José Castañeda Marulanda

Diseñar implica proyectar y prever resultados dentro de un campo de posibilidades que lleven a la obtención de unas metas en diferentes campos. Al interior de la proyección, deben considerarse los elementos que intervienen en la consolidación de la pieza que se espera obtener, entre las variables se encuentran los aspectos comunicativos, los estéticos y los técnicos que condicionan la conclusión de la pieza en cuestión.

Ha sido aclarado por diversos autores el fenómeno de los colores, su complejidad, las dificultades que entraña la percepción por aspectos que van desde la apreciación, hasta las diferencias culturales. En muchas escuelas de diseño se aproxima a los estudiantes en la enseñanza de los colores, bien desde los principios de un círculo cromático o bien desde el uso "correcto" de sus combinaciones, no obstante esto no facilita la práctica por la complejidad mencionada, más concretamente en relación a la comunicación visual que se deja encantar por la constante aparición de efectos. Ya desde la pintura clásica los artistas se han visto seducidos por el uso de técnicas que les permite lograr efectos en los colores que no desaprovechan para utilizarlos. Más allá de esto, la proliferación de ofertas para usar colores tiende a ser trampas en los resultados a los diseñadores, quienes se dejan seducir por los siempre relucientes efectos de las policromías. En anteriores artículos, el autor, ha tratado el tema de cómo los factores de naturaleza contextual se encargan de modificar la percepción que de los colores poseen sus usuarios y a su vez las respuestas que

estos tienen respecto del uso de los mismos (Castañeda M, 2007). Las características que impiden una lectura universal al color se suman por miles y es ese espectro el que dificulta la labor del diseñador que trabaja con imágenes o con mensajes visuales, puesto que la codificación de sus señales depende en una muy buena medida de su configuración cromática y no solo por factores estéticos, sino también por su naturaleza significativa. En el artículo presentado en el congreso de la Asociación Boliviana del Color, en 2006, se hacía manifiesta la complejidad sumada por la proliferación de lenguajes y medios técnicos relacionados con el color. Si se suman los factores: percepción, contexto, diversidad de lenguajes de reproducción, se tiene un panorama realmente complejo a la hora de emplear signos para la comunicación. Atendiendo los comentarios de Bonsieppe, los códigos visuales deben ser concretos con el fin de evitar confusiones en la interpretación de los mensajes, evidentemente y con los factores mencionados, los colores poco contribuyen en la configuración de estos. La preocupación por la enseñanza del color debería pasar por la apropiación de este elemento como signo antes que valor estético. Lo anterior debería direccionarlo a otorgarle valores monosémicos que le permitan actuar en un mensaje de manera controlada y con resultados funcionales; es decir, de parte del diseñador de mensajes gráficos la apropiación de este recurso debe encaminarse a unas consideraciones que le permitan elecciones apegadas a bases sintácticas claras, alejadas de juicios de gusto, etc. "La tentativa de entender el diseño industrial desde el punto de vista de la ingeniería se enfrenta con algunas dificultades, ya que conduce a tomarlo como un elemento cosmético donde su objetivo sería aplicar ornamentos superfluos a los proyectos técnicos de desarrollo. O sea que el diseñador industrial tendría el don de saber dibujar a mano alzada y representar propuestas visualmente. Los diseñadores industriales y diseñadores en general, no deben sorprenderse si su actividad está puesta en un contexto tan reducido, donde deben hacer notar que los aspectos estéticos considerados como secundario son de gran importancia para un gran número de personas".

La manera como se ha abordado la evolución técnica de los colores ha obligado a que el parámetro primordial sea el de la correcta reproducción de los modelos originales, se continúa con la premisa de tener mejores colores que los de la naturaleza y ha sido esta premisa la que regula el comportamiento del diseño en todos sus ámbitos, este fenómeno se aprecia con gran claridad en las tipologías de la imagen (Imagen fija, móvil, ambiental, digital). En los desarrollos de la industria gráfica, todas las condiciones se prestan para entorpecer el trabajo del colorista, desde el papel, las tintas, el almacenamiento de los impresos, etc., igualmente puede observarse en las creaciones para Web, como se debilitan los resultados ante la diversidad de tecnologías asociadas a este medio. Los colores para el video experimentan el mismo efecto, con el agravante de que en este medio, así como en los espacios tridimensionales, la experiencia visual y la vivencia corporal asociada al color estimulan comportamientos así como asociaciones simbólicas que determinan la lectura final de lo que se presenta.