

## Imagen profesional del diseñador

Cómo construir la imagen de uno mismo

María Laura Spina

Como profesional, uno necesita distinguirse. Necesita construir su propia imagen. Y a partir de ahí, la pregunta es ¿cómo hacerlo, cómo construir una marca apropiada con la cual uno se sienta identificado?

El plan debe ser claro, la proyección en el tiempo, identificar las metas y tener objetivos claros ayuda a poder realizar dicha marca exitosamente.

Para ello, se debe tener en cuenta la visión y la misión, dos aspectos fundamentales, con los cuales se inicia un proceso de autorreflexión.

La visión nos ayuda a visualizar el espacio para nuestra inserción en el mundo laboral: dónde me voy a situar, en qué momento, en qué espacio.

La misión es el papel que queremos desempeñar en ese espacio, es decir, en el ámbito profesional.

La marca que uno desarrolle debe tener presente las tendencias en diseño, debe operar creativamente buscando la identificación de uno mismo con un alto grado de comunicación. Siempre aludiendo, por supuesto, al área, a la profesión que se vaya a desarrollar.

La marca debe estar ligada a las metas y objetivos identificados, debe estar orientada al público adecuado. Una marca estéticamente linda, agradable al ojo, si no está correctamente direccionada al público ya pautado no es una marca eficiente. Carece de poder de comunicación. ¿Cómo empezar a diseñar la marca propia? Sencillamente reflexionando acerca de la persona, acerca de la profesión elegida.

Diseñarla no es tarea fácil, se deben tomar decisiones dentro del diseño, se inicia el bien llamado proceso de diseño, con sus idas y venidas. Pero el resultado puede ser sorprendente.

Normalizar la marca, especificar sus usos correctos e incorrectos es un trabajo que ayuda muchísimo para pen-

sarla en futuras aplicaciones. Seguramente se diseñarán con ella una papelería institucional, un curriculum vitae y por qué no, un excelente portfolio profesional, pieza clave en toda esta cuestión.

El portfolio profesional es el conjunto de trabajos más significativos del estudiante o profesional, es personal y su proceso de armado se convierte en una oportunidad única para evaluar y reflexionar acerca de la producción generada hasta la fecha. Es una carta de presentación profesional indispensable a la hora de entrevistas, becas de estudio y proyectos de inserción laboral. El portafolio representa al autor y a la Facultad como responsable de la producción y evaluación.

La observación de uno mismo, la identificación del propio estilo de diseño y la introducción de submarcas para identificar las categorías del portfolio ayudan a reflexionar acerca de la proyección de la propia imagen.

Debe seleccionarse de manera correcta el material a insertarse en el portfolio. Se tiene en cuenta la inserción de trabajos profesionales reales y experimentales. Aquí, la observación objetiva es la mejor ayuda para elegir correctamente los trabajos a colocar. O tal vez, la mirada de un colega ayuda en alguna oportunidad. Cuántas veces nos enamoramos de un proyecto que no es excelente para el portfolio o no damos importancia a aquel proyecto que tenemos olvidado en un cajón.

Para la concepción del propio portfolio como objeto visual, se relevan diversos materiales posibles para la creación de tapas y contenedores externos (acrílico, madera, resina, aluminio, zinc, chapa, corcho, cartón, vinilos, etc.) y sistemas de encuadernación (ganchos, anillados, costuras, tornillos, etc.).

Armar el propio portfolio puede resultar una tarea fascinante y creativa que supone un difícil proceso de trabajo y toma de decisiones. Se debe comunicar el mensaje en un número limitado de páginas demostrando las capacidades y el pensamiento crítico de uno mismo como profesional.

## La imagen urbana

Agente de cambio sustentable en Latinoamérica

Laura Irene Suez, Gabriela Eraso y Maricruz Errasti

A partir de la segunda mitad del siglo XX comienza a gestarse en Latinoamérica una mirada crítica sobre la identidad de las ciudades. Este proceso induce a repensar la experiencia urbana en los centros históricos a través de una reformulación de su imagen.

Se busca reflotar valores de carácter localista en pos de una identidad propia, sin dejarse encandilar por una globalidad monopolizante.

El espacio y el tiempo, han marchado y evolucionado juntos en el devenir de la historia y en la materialización de la ciudad. El tiempo, a través de la memoria, se convierte en la conciencia del lugar; memoria que es

necesaria para que el espacio urbano tenga significado y pueda ser identificado y apropiado por la sociedad.

En el marco de lo ambiental surge el concepto de sustentabilidad que apunta a la durabilidad de medidas de conservación y la capacidad intrínseca de tales medidas, en el sentido de garantizar la sobrevida de las obras. Las restauraciones urbanas pueden ser consideradas "sustentables" o "durables", cuando reúnen una serie de elementos capaces de garantizar su mantenimiento permanente y las reinversiones necesarias para mantener el nivel de revitalización alcanzado.

Las medidas adoptadas apuntan al turismo como agente de renovación sustentable y generador de inversiones continuadas.

Para ello es necesario la interacción de las distintas esferas: lo social, lo político y económico deben estar estructurados en base a un proyecto común sin perder de vista los valores culturales de la comunidad.

A través del análisis de casos concretos demostramos que el proceso de cambio en la fisonomía urbana tiene una importante repercusión en la dinámica de las ciudades. Para ello hemos considerado tres ejemplos paradigmáticos Salvador, Bahía, Brasil. - Puebla, México - Valparaíso, Chile.

La ciudad se convierte en el medio físico para que se genere la vida urbana y con ella el accionar individual y colectivo. Esta se expresa en su forma externa, es decir

su apariencia. A través de manifestaciones expresivas de color texturas, cesías, e iluminación se produce la permanente construcción de su imagen.

**Laura Irene Suez, Gabriela Eraso y Maricruz Errasti.** Instituto del Color. Facultad de arquitectura Urbanismo y Diseño. Universidad Nacional de Córdoba.

## Experiencia y conocimiento

Jorge Vargas

Siempre deseamos tener la experiencia necesaria para enfrentar las dificultades que nuestra profesión y la vida trae consigo, pero sólo en ese momento, al enfrentarlas y superarlas, logramos aprender bien sea porque abordamos los problemas de manera efectiva y salimos airoso o porque a pesar de haber hecho nuestro mejor esfuerzo caemos derrotados ante la dificultad y no queda más remedio que analizar las cenizas y aprender de ellas.

Admiro a los teóricos, por su conocimiento, capacidad de análisis y crítica, por la tranquilidad y paciencia que solo el conocimiento puede dar, admiro a aquellos curtidors por la experiencia, porque ese conocimiento adquirido con los años, esa experiencia de mil batallas, esos cayos en sus manos de tanto empuñar la espada, admiro a ambos, dos maneras de abordar la vida, pero con el mismo objetivo, el conocimiento.

Hoy desde la docencia tratando de encontrar la media, el punto de equilibrio entre la teoría y la práctica, siento que es labor de los docentes en carreras donde el talento creativo es el rector de sus rumbos y donde es vital la fundamentación teórica formar personas con bases sólidas y con la capacidad de enfrentarse al medio con agudeza y sabiduría. Esto puede caer en lo absurdo, ¿cómo desde la academia, donde se supone ser el lugar donde el conocimiento se transmite, se puede salir con experiencia? Es difícil transmitir la experiencia por no decir que imposible, pero creo que es posible encaminar el aprendizaje teórico con la transmisión de experiencias convirtiéndolas en vivencias para los alumnos.

Por experiencia propia y ajena he notado que aprendemos más en nuestro diario que hacer de aquellos que nos contradicen con argumentos o sin ellos por el más mínimo detalle que de aquellos a los que les presentamos un trabajo y todo esta perfecto. En ocasiones cuando mis alumnos llegan a exponer algún trabajo, trato de realizar mi mejor función, como un cliente arrogante y

pretencioso, o como cliente desinteresado y disperso con el fin de que ellos enfrenten esa situación, logren manejarla y sacarla adelante, muchos caen derrotados la primera vez, pero al terminar la función me quito el disfraz y les explico la realidad del ejercicio, maduraron, aprendieron, se dieron cuenta que la vida es un baile y tenemos que danzar según la música que suene, no todo es color de rosa, aprenden que el cliente no siempre tiene la razón como siempre se dice en el medio publicitario, y que se acomoda mejor la frase: "nosotros no entendimos bien los requerimientos del cliente o no supimos obtener de él la información", aprenden que ante un cliente distraído o negativo hay que saberlo enfrentar y decirle las cosas, aprenden que se tienen que saber vender, y que tienen que vender bien su principal producto: su creatividad.

He aprendido que estas experiencias fortalecen los conocimientos y la convicción de la profesión elegida por mis alumnos, aprenden a valorar más sus conocimientos, su formación, es ilógico, como dije antes, transmitir la experiencia, pero si desde la academia es necesario que los profesores nos ingeniemos métodos que fortalezcan el carácter de los alumnos, que se acerquen un poco a la vida real, a como es el medio afuera, que tengan la fortaleza de reconocer los errores y defender las virtudes de sus creaciones.

Varios practicantes, muchos, bajo mi supervisión y gran cantidad de ellos se paralizan ante la primera dificultad, ante el primer "no me gusta ni cinco" o "creo que he perdido mi tiempo" de un cliente, por eso hoy le apuesto a enseñar por experiencias a mis alumnos para que eviten llegar a expresiones tan descalificadoras como estas y sepan exponer sus ideas dignamente.

La teoría nos recorta enormes trayectos que fueron recorridos por la experiencia y que no son necesarios volverlos a recorrer, también se dice que la experiencia hace al maestro, todos los días tenemos nuevas experiencias y siempre habrá un maestro con muchas más que otro. Hay experiencias que son necesarias vivirlas en nuestro medio para poderlas entender.

Y como nadie aprende por experiencias ajenas...