

búsqueda de originalidad, lo que le permite destacar en el contexto laboral y le brinda una enorme competencia comunicativa. Se llevan cursos prácticos en los talleres de la facultad desde el primer semestre. La formación esta a cargo de profesores y profesionales destacados en Arte y Diseño Gráfico. Se organizan exposiciones continuas, que permiten que los trabajos de los estudiantes puedan ser apreciados por el público. Durante la formación, el estudiante recibe una sólida base cultural, estética y técnica. Al egresar posee una profunda comprensión de la cultura, una clara visión de las estrategias de comunicación y un dominio del lenguaje visual que, apoyado en la tecnología, le permitirá potenciar su creatividad.

Esta presentación muestra el estilo de vida y trabajo en la Especialidad de Diseño Gráfico de la PUCP, parte importante del proceso formativo, de gran importancia para desarrollar la cultura y los valores humanos de los futuros profesionales. En este sentido, destacará el rol del arte, como visión del mundo y búsqueda expresiva comunicativa, y el complejo sistema de interrelaciones que entabla con la tecnología digital y multimedia.

* Licenciada en Arte, con mención en Diseño Gráfico / diseñadora gráfica. Pontificia Universidad Católica del Perú.

** Licenciada en Arte, con mención en Diseño Gráfico / diseñadora gráfica. Pontificia Universidad Católica del Perú.

*3 Licenciada en Arte, con mención en Diseño Gráfico / diseñadora gráfica. Pontificia Universidad Católica del Perú.

Diseño gráfico: Valor añadido al producto (a028)

El caso de las etiquetas de vino en Extremadura (España).

Eva María Domínguez Gómez*

La cultura del vino ha estado presente a lo largo de la trayectoria histórica y socioeconómica de Extremadura, pero es ahora cuando el sector vitivinícola se transforma en referente regional. Debido a la importancia emergente del sector en el presente, y al prometedor futuro que ofrece en Extremadura, creímos necesaria una reflexión analítica en torno a la imagen gráfica del ramo vitivinícola en la región.

Una vez vistas las posibilidades de investigación en el sector vitivinícola decidimos que, siendo la etiqueta de vino un componente gráfico primordial en la cultura vinícola por la función de promoción, identificación y difusión que ésta hace de los preciados caldos extremeños, sería la pieza gráfica adecuada en la que observar la evolución y estructuración formal de los mensajes gráficos de ésta tipología, emitidos desde 1970 hasta la actualidad. El enfoque dado al estudio que nos ocupa, por la naturaleza de los conocimientos de los que partimos, está enmarcado dentro del área de Diseño Gráfico. Es objetivo general de este estudio, hallar las claves que estructuran la identidad gráfica de los productos vinícolas de la región, y de cómo estos han evolucionado en la época marcada.

En este sentido, contextualizar el marco regional de la etiqueta nos ayudó a entender la evolución gráfica y estética que ésta ha sufrido en el entorno extremeño. Para ello, nos planteamos una serie de cuestiones básicas, en torno al sector empresarial bodeguero, a las que debíamos dar respuestas, cuestiones, por otro lado, que nos ayudaron a definir la situación de la etiqueta de vino en el periodo que nos ocupa, 1970-2005. Sobre este estudio preliminar no hablaremos en esta ocasión, en la que nos centraremos, principalmente, en desarrollar la metodología de análisis que nos ha llevado a obtener y detectar las singularidades o las constantes que configuran este lenguaje de carácter publicitario.

Presentamos en esta comunicación los aspectos generales de la evolución estética de la etiqueta de vino en Extremadura en las fechas acotadas; aspectos que han sido extraídos de las conclusiones del trabajo analítico realizado sobre la gráfica de las etiquetas de vino en Extremadura desde 1970 hasta la actualidad.

* Departamento de Didáctica de la expresión musical, plástica y corporal del Centro Universitario de Mérida, (área Dibujo). Universidad de Extremadura, España.

Diseño y modernidad (a029)

Propuesta de análisis historiográfico

Diego Giovanni Bermúdez Aguirre

Es justo pensar el diseño, en su primera etapa, como un proyecto revolucionario. Llegaba a poner en crisis un sistema de símbolos caduco, que no daba lenguaje y expresión propia a la revolución industrial. Venía a salvar un hiato entre infraestructura y superestructura. El diseño nace, consciente o inconscientemente, como la cultura de la industria, cargado con una voluntad de transformación social, manifestando un planteamiento alternativo a la sociedad.

Norberto Chaves

La Modernidad como proceso de mutación social que se constituye a partir de la experiencia constructiva de un hombre nuevo con la capacidad de transformar su entorno por medio de una visión secular del mundo, edifica un innovador esquema de producción artística que disuelve la frontera existente entre lo estético y lo funcional, permitiendo con ello una nueva manera de organizar los destinos de la sociedad.

El proceso de constitución del Diseño como actividad específica y su papel decisivo en la materialización de parte del proyecto moderno, generó el establecimiento de un nuevo espacio abierto como forma de comunicación dirigida a satisfacer necesidades sociales, a partir de condiciones socio históricas que exigen observar en detalle los senderos recorridos por una nueva profesión que resolvía la contradicción existente entre el lenguaje artístico y el industrial. De esta manera, el problema cultural de la industria es asumido por este nuevo oficio que se fundamenta en el trabajo proyectual de bienes de uso, de acuerdo a requerimientos