

Dentro de éste marco de acción y contexto económico, la planificación estratégica y las actividades asociadas en los clústeres, se establecen a través de:

- El Clúster del Conocimiento. Esta asociación se conforma por diversos agentes, tales como; universidades, consultores, centros tecnológicos, empresas, asociaciones, cámaras de comercio, etc., los cuales participan en forma directa en la definición del Plan de Acciones, conformado por el proceso de diagnóstico, priorización y definición de acciones, determinando aquellas actividades dirigidas a la creación, adaptación y difusión de conocimientos que tienen como fin dar soporte a la función de dirección y gestión de las organizaciones, tanto públicas como privadas.

- La Asociación Clúster del Conocimiento en Gestión Empresarial. Representa la unión de todos los factores necesarios para poner en marcha las acciones de gestión y planificación de las empresas asociadas y los organismos interconectados que conforman el Clúster del Conocimiento.

La integración de la Gestión de Diseño en los Clústeres del Conocimiento y en Gestión Empresarial, se define a través de los siguientes factores:

- El ámbito operativo. Tiene como finalidad promover proyectos de desarrollo e innovación en labores productivas, comunicacionales o de asesoramiento y administración, conducentes al logro del negocio y al incremento de su capitalización.

- El ámbito estratégico. Tiene como finalidad beneficiar a todos los agentes participantes en temáticas relacionadas con la consultoría, auditoría y en el diagnóstico de la capacidad empresarial de generar innovación en sus procesos de producción, y en la conceptualización de nuevos productos y servicios, potenciando las ventajas competitivas de los agentes pertenecientes al clúster e incrementando su productividad y conocimiento individual y colectivo.

A través de estos factores, la Gestión de Diseño genera un planteamiento de trabajo multidisciplinar capaz de promover la competitividad de localidades, regiones y países, produciendo sinergias y logrando el desarrollo de los objetivos asociados, a través del desarrollo de estrategias y visualización de nuevas oportunidades.

De ésta forma la gestión y estrategia de Diseño se establece a través de los siguientes conceptos:

- La estrategia de Diseño es el método por el cual se pretende lograr una ventaja competitiva a través del producto, comunicación e imagen corporativa, con objetivos definidos a través de la identificación de variables y ventajas competitivas.

- La planificación estratégica del Diseño consiste en establecer una relación coherente entre los objetivos estratégicos, los recursos y las oportunidades del sector empresarial y del mercado.

- La gestión estratégica de Diseño se desarrolla a partir de la visualización de los objetivos estratégicos y la gestión del sistema de actividades necesarias para cumplir los objetivos.

- El proceso de gestión estratégica de Diseño conlleva la planificación y realización de actividades innovadoras para generar valor en las acciones destinadas a cumplir los objetivos trazados.

- Las estrategias de gestión consisten en identificar a través de la capitalización del conocimiento y el aprendizaje empresarial los factores que generan nuevas oportunidades de innovación organizacional interna (nivel operativo) y externo (nivel estratégico) en nuevas oportunidades de negocio a través de nuevos productos y/p servicios, nuevas alianzas, nuevos proveedores / distribuidores / clientes / mercados / etc.

* Escuela de Diseño, Universidad Santo Tomás, Chile.

Gráfica arquitectónica (a054)

Idioma de los arquitectos

Roberto Ferraris*

En el proceso de un diseño, el Arquitecto se comunica con un lenguaje excluyente: El dibujo. No existe, ni debería existir en esto, ninguna ambigüedad. Aún cuando se utilice en forma parcial la palabra escrita, ésta cumple un rol gráfico, visual, en el contexto de lo representado. En cada etapa de este proceso, se verifica una adaptación de dicho lenguaje, que en definitiva, no es otra cosa que la apariencia visible de una IDEA, hecho abstracto que no puede ser transmitido sino en forma parcial de un interlocutor a otro.

La idea, en Arquitectura, es la anticipación de un devenir. Un gran arquitecto, es aquel que tiene muchas ideas, o capacidad de anticipar lo que será. Todo lugar contiene una obra, que quiere ser. La idea, es la premonición lo que allí será. Louis Kahn dice: *What will be, is.*

El arte, es una idea que adquiere forma visual, táctil o auditiva, en forma de pintura, escultura, danza, música o edificio. El artista es un visionario, que reconoce la existencia de dicha forma antes que otros, y la materializa para otorgarle presencia. En este acto, la representa, es decir, hace presente algo ausente, y lo comunica.

La arquitectura, según Frank Lloyd Wright, es la *"Madre de todas las Artes"*, porque es la primera que acompañó al hombre, y la que contiene a las otras. Cuando el hombre buscó refugio, previo a este acto tuvo una idea, y se hizo arquitectura por primera vez. Luego, dentro de su refugio, cobijó a sus otras ideas, a las que pintó, musicalizó y danzó. Desde entonces, ningún hecho protagonizado por el hombre pudo prescindir de la Arquitectura. Pero, si "danzar una idea" es difícil, cuánto más complejo será representar el lugar que debe albergar a la danza. Para esto, cuando al arquitecto se le presenta una idea de cómo debe ser ese lugar, lo representa, para que otros lo entiendan y puedan construirlo, dándole existencia real. Este es, sintéticamente el complejo proceso de diseño:

Idea > pensamiento > acción / representación > realización
Volvemos entonces al principio: Los Arquitectos debemos encontrar la manera de representar una idea. Pero para ello, debemos también representar al lugar donde la idea cobrará presencia. Aparece así el primer desafío en el lenguaje de la Arquitectura: El registro gráfico del

sitio, el cual puede ser urbano o natural. Dicha representación debe ser siempre sensible, ya que expresa la interpretación que hace el arquitecto de las fuerzas que coexisten en dicho lugar, prefigurando la obra.

Muchos arquitectos dibujan la ciudad y el campo en sus cuadernos de viajero. No producen en ellos meras imágenes artísticas, como las que realizaría un pintor paisajista. Dichos bocetos están cargados de información, a veces reforzada con palabras, que reflejan una lectura arquitectónica del espacio. Reproducen, de manera expresiva, el porqué, el cuánto, el cómo del lugar. Elementos que pueden pasar inadvertidos para el hombre común, pero que resultan disparadores y estímulos de la creatividad del arquitecto.

Las notas gráficas de un arquitecto pueden parecerse a los apuntes realizados por un naturalista o un botánico, tanto por su precisión, como por la pasión que transmiten. Pero a diferencia de ellos, sus dibujos no son sólo anotaciones científicas de la realidad, sino que tienen como objetivo precisamente la alteración de la misma, ya que la arquitectura es en definitiva eso, una trasgresión a la naturaleza.

A partir de ese momento, los gráficos del arquitecto incorporarán esta modificación de la realidad, transformándola en otra realidad. Es decir, son la imagen de un devenir, de lo que será, de una preexistencia y es allí donde reside el mayor desafío de la gráfica arquitectónica, en la prefiguración, que no es otra cosa que la representación de un futuro preanunciado, o al menos anhelado por el arquitecto.

Este acto es el que más diferencia al lenguaje del arquitecto del utilizado por otras artes, como la pintura, la fotografía o la escultura, que si bien también reproducen parte de la realidad y pueden incorporar la interpretación que el autor hace de la misma, como en el impresionismo, el expresionismo, el cubismo, o el hiperrealismo, sólo en el caso de la prefiguración arquitectónica se lo hace con la concreta intención de modificarla.

La gráfica de prefiguración, tiene mucho de acto reflejo, distinto al acto reflexivo de la gráfica de registro. La acción de prefigurar, responde a una intuición, a la captura de una idea que quiere ser. La idea es de una existencia efímera, por lo que demorar su representación, puede significar perderla para siempre. Sin embargo, estos dibujos, se diferencian de la idea, que es perfecta y completa, ya que son inconclusos y hasta casi "monstruosos" (Louis Kahn). Esto es debido a que la idea debe ser interpretada por el pensamiento y cobra aspecto visible por una acción gestual, por lo tanto imperfecta. Idea (perfecta) > pensamiento > acción > presencia (imperfecta)

Estas imágenes son utilizadas por el arquitecto, o diseñador, como un medio para comunicarse consigo mismo, para entender algo que se le presenta en forma espontánea y que tiende a desvanecerse rápidamente. Es como un mensaje dirigido a uno mismo. En el caso de trabajos realizados en equipo, es la forma en que se comunican -hacen común una idea- los integrantes del mismo. Estos dibujos no intentan seducir, torcer la voluntad o convencer al interlocutor, sino que, a través de ellos se pretende participar de una revelación.

Son la esencia del diseño, la génesis de la obra, el embrión de una idea que pretende ser. Es lo más próximo al arte, a ese mundo perfecto en el que el arte reside. Pero a pesar del carácter impuro de los dibujos, mantienen la fuerza del origen, por lo que es un acto de gran sensatez el recurrir a ellos durante el resto del proceso de diseño. Hoy, todas las revistas especializadas reconocen su valor, y prácticamente no hay obra publicada, que no vaya acompañada de los dibujos de prefiguración del autor.

Sin embargo, previo a la realización de la obra, la gráfica debe transitar por otras etapas importantes. Transformarse en claros mensajes que deberán ser interpretados por otras personas, que en la mayoría de los casos, desconocen el código gráfico del los arquitectos. En esta instancia, los dibujos de presentación deben evitar toda ambigüedad, ya que la mala interpretación del mensaje, conduce inevitablemente a una frustrada materialización de la idea. Frustración que no es sólo para el autor, sino para el receptor de la obra, el comitente.

En estos dibujos de presentación, las técnicas de ejecución pueden ser de lo más variadas, pero éstas tienen menos importancia que los resultados que se obtienen con su aplicación. No interesa si en esta producción intervienen la fotografía, la informática o solamente las técnicas tradicionales, como el lápiz, las tintas y la acuarela. Sí interesa que la imagen que reproducen sea veraz, creíble y que permitan a un observador lego imaginar aquello que aún no existe, pero de cuya materialidad futura, no se debería dudar. Ayudar a ver, sería en síntesis el objetivo de estos dibujos, fieles a una realidad intervenida por la mano del arquitecto. Pero hacer que un dibujo sea cierto, no significa necesariamente hacerlo exacto, ya que un buen artista no es aquel que reproduce sólo lo que ve, sino que exalta lo que otros no son capaces de ver. En su autorretrato, Vincent Van Gogh no se muestra exactamente igual a cómo es, pero habla de sí mismo y de sus circunstancias más que cualquier otra representación de él que pudiéramos haber imaginado.

Podríamos decir que en esta etapa de los lenguajes gráficos, la técnica elegida debe reforzar el mensaje. Traducir la idea a un código legible, interpretable, por lo general, conocido. A veces, los arquitectos erramos en la selección del código empleado en nuestro mensaje gráfico. No es lo mismo dirigirnos a un interlocutor lego, que hacerlo a un colega. El primero, es capaz de decodificar dibujos concretos, donde el entorno que contiene a la obra propuesta, tiene que ver con una realidad vigente, verificable. En tanto, los interlocutores más eruditos, pueden interpretar mensajes más intrincados, menos obvios. De allí que, en los dibujos utilizados en los concursos de arquitectura, generalmente se apela a técnicas que no serían válidas para otro tipo de presentación más comercial.

Cuando la propuesta del diseñador ya ha sido aceptada, se instala la necesidad de una nueva gráfica, la que permitirá transformar los dibujos anteriores en un objeto concreto. Estas representaciones, de inequívoca precisión, son los dibujos técnicos, que responden a códigos y normativas gráficas exactas y son creados con el objetivo exclusivo de ser interpretados por interlocutores

avezados, capaces de hacer de ellos obras tangibles, habitables.

Sin embargo, el aparente tecnicismo de estos gráficos, no debe interpretarse como ausencia de aspectos intuitivos y sensibles. Al contrario, la complejidad de estos dibujos demanda una acertada elección del autor en lo que hace a diagramación, instrumental, tipografía, soporte, escala. Muchas de estas piezas gráficas son verdaderas obras de arte. Un arte distinto, claro, pero no carente de expresividad y comunicación. De hecho, hoy muchos de estos dibujos técnicos, nobles, envejecidos y amarillentos, han sido enmarcados para integrarse a la decoración de estudios o viviendas.

La irrupción del dibujo digitalizado en la gráfica arquitectónica, no representa otra cosa que un paso más en la permanente búsqueda del arquitecto por expresarse, por comunicarse. Abre nuevas posibilidades, establece nuevos desafíos. No reemplaza, sino que se integra al elenco de técnicas disponibles. Así como una idea no puede ser representada por un solo dibujo, estos no necesariamente deben ser realizados de una única manera.

Entre el lápiz y la computadora se han desarrollado y se seguirán creando infinidad de dispositivos para la graficación. Muchos arquitectos seguiremos viendo en el viejo portaminas a nuestro amigo incansable y fiel. Otros, en tanto, ya están descubriendo las bondades del teclado y el Mouse. Lo importante, en última instancia es, en la gráfica, hacer visible lo invisible, dar existencia a lo ausente y presencia a la idea.

* Profesor Arquitecto, Instituto del Color, Facultad de arquitectura Urbanismo y Diseño, Universidad Nacional de Córdoba.

Grapho Sapiens: La modernidad cuna del pensamiento, a la comunicación y el diseño humano (a056)

Norman Velásquez Álvarez*

La ponencia pretende recopilar en forma creativa, pero ordenada y sistemática, los sucesos que han llevado al hombre moderno a esquematizar sobre casi cualquier soporte físico y virtual sus ideas y conceptos, de forma funcional, creativa e innovadora y en el mejor de los casos hacer del ejercicio de ese don, una técnica y en casos excepcionales del diseño un don.

* Comunicador Social - periodista, Creativo, Diseñador e Ilustrador Publicitario y Administrador de Empresas. Docente universitario. Universidad de Medellín. Facultad de Comunicación. Medellín - Antioquia. Colombia.

Hacia la construcción de la historia del diseño editorial en el Zulia: Caso de estudio: Diario El Fonógrafo (1879-1917) (a057)

Nilda Bermúdez, Hilda Benchetrit, Amarilis Elías, Mariangela Ríos, Alaisa Pirela

Esta ponencia presenta la experiencia del Proyecto de investigación "El diseño editorial en el Zulia, siglos XIX y XX" en el cual se tomó como caso de estudio el diario *El Fonógrafo*, en el período comprendido entre 1879 y 1908, con el objetivo de estudiar la historia del mismo y las características que presenta su diseño. El proyecto fue desarrollado por varios profesores del Programa de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia, Venezuela. En esta ponencia se abordan los aspectos más importantes vinculados con este proyecto de investigación, que se sustenta en la necesidad de indagar un tema que aportará conocimientos en áreas de interés para la docencia en diseño gráfico, específicamente en el ámbito la historia del diseño gráfico y de la comunicación. En la historiografía venezolana se encuentran algunas obras que estudian el tema pero lo hacen desvinculado del proceso histórico y la mayoría de ellas se ha limitado al estudio del diseño gráfico caraqueño, obviando el comportamiento de éste en otras regiones del país, es por ello que esta investigación se plantea desde una perspectiva distinta al indagar sus manifestaciones a partir de las especificidades de los procesos regionales y locales, sin perder la visión de totalidad que lo vincule con lo nacional y mundial, empleando una metodología adecuada al objeto de estudio. El proyecto se realizó bajo el auspicio del Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CONDES) de la misma casa de estudios. Responde también a la necesidad del Programa de Diseño Gráfico de desarrollar el área de investigación que apenas se ha iniciado.

En la historia del periodismo del Zulia y Venezuela, El Fonógrafo ocupa lugar destacado y meritorio por, al menos, estas razones: Su permanencia durante 38 años en un período histórico signado por la inestabilidad de los órganos periodísticos debido no solamente a problemas técnicos o económicos sino también de carácter político, su duración lo ubica como el periódico privado de más larga duración en el siglo XIX; otra razón es su calidad editorial, sobre todo a partir de 1881 cuando comienza a imprimirse en la Imprenta Americana propiedad del mismo editor, que le permitió obtener reconocimientos en exposiciones nacionales y regionales, como ocurrió en la Exposición Nacional (Caracas, 1883), la Exposición del Zulia (Maracaibo, 1888) y la Exposición Regional del Estado Zulia (Maracaibo, 1895); la tercera es que El Fonógrafo, conjuntamente con Los Ecos del Zulia y El Posta del Comercio, marca el comienzo en Maracaibo de una prensa de gran formato, con recursos técnicos modernos, contenido variado y abundante publicidad ilustrada; con ellos se reinicia también el diarismo en el periodismo zuliano. En cuanto a los datos del periódico, éste se ubica en el