

mágico, al mismo tiempo que es vehículo de mensajes, destacando la importancia del color, como forma y como signo, en este accionar.

* Arquitecta, Instituto del Color, Facultad de Arquitectura Urbanismo y Diseño, Universidad Nacional de Córdoba.

La publicidad y el diseño en la perspectiva de la comunicación (a071)

Jhon Jaime Osorio Osorio*

Históricamente la publicidad ha sido entendida como un conjunto de acciones y medios que se utilizan para divulgar las características de los productos, para atraer la atención sobre ellos y para estimular el deseo de compra en los individuos. El diseño ha sido visto como una forma de organizar los mensajes visuales.

El moderno desarrollo de los medios de comunicación ha convertido tanto al diseño como a la publicidad en elementos esenciales de la actividad comercial y en objeto de estudio de diferentes disciplinas de las ciencias sociales y humanas.

En la ponencia se aborda la publicidad como un campo de aplicación de la comunicación, que si bien afecta de manera importante la demanda de bienes de consumo, tiene una vital incidencia en las sociedades, generando interacciones simbólicas y relacionales. Igualmente se expondrá el diseño como una amplia posibilidad comunicativa que tiene el lenguaje de la imagen un sin número de posibilidades expresivas.

En esta perspectiva está concebido el programa de Comunicación Gráfica Publicitaria de la Universidad de Medellín, y producto del debate y la discusión académica en él es el surgimiento de un grupo de estudio e investigación denominado CGP, que hace público con este texto el producto de sus primeras discusiones.

* Universidad de Medellín.

La responsabilidad social en la formación de diseñadores industriales en la Universidad del Bío-Bío (a072)

Gabriel Hernández Martrou*

Nuestra misión social se mira en dos escalas: Una la escala interna del grupo social Escuela, caracterizada por un estilo de relación abierta, franca, compartida en la propia comunidad. La otra es la marcada intención de compenetrarse en comunidades sociales-productivas y diseñar en beneficio de su desarrollo.

En este contexto y considerando nuestra misión educativa como universidad estatal y pública, la Escuela ha asumido desde su inicio un compromiso por llevar la disciplina del diseño a sectores tradicionalmente

postergados por el mismo. Se ha tenido siempre la convicción que el diseño puede aportar al desarrollo de cualquier comunidad productiva. En tal premisa, se desarrollan talleres de formación que bajo distintas estrategias abordan temáticas en el ámbito rural, medioambiental y de las pequeñas empresas. La democratización del diseño, tema frecuentemente discutido pero escasamente puesto en práctica, se aborda por medio de la estrategia de la inserción de los estudiantes en sectores rurales, parques nacionales, comunidades indígenas y pequeñas empresas entre otras.

El pensamiento que orienta la fundación de la Escuela es la idea de formar profesionales que tuvieran -por un lado- un fuerte sentimiento territorial, entendiendo esto como una conciencia vivida de la realidad en su sentido complejo -y por otro- una comprensión de su multiplicidad, que superara por mucho a la visión anclada en una perspectiva puramente urbana-industrial. Consecuente con esto, la Escuela emprende dos acciones permanentes:

Una de ellas fue la instauración de la “*caminata*”, actividad anual que realizan los alumnos de Escuela junto a sus profesores, en contextos de paisajes naturales, con el fin de sensibilizarlos y crear una relación afectiva con el territorio, y por otro lado, se crea el “Taller Rural”. Este taller se convierte a la postre en una piedra angular en la formación de cada estudiante de la Escuela. Se caracteriza por llevar a los estudiantes a vivir por períodos aproximados de quince días a un enclave rural, en una íntima relación con los lugareños.

El objetivo es que los estudiantes, participando directamente en las labores domésticas y productivas de pequeña escala, puedan detectar carencias, necesidades, potencialidades y oportunidades para proponer a través de proyectos, soluciones o alternativas más eficientes a herramientas, procedimientos e instalaciones y así contribuir a mejorar la calidad de vida de los habitantes. Nuestra Escuela se piensa en la misión de abrir un camino no trazado en el territorio, marcando el compromiso con la “realidad real”, esto es, interesándose en forma deliberada por casos reales y no supuestos. Así, con las caminatas por el territorio-paisaje, las permanencias en localidades y la inserción de los estudiantes a través de las prácticas de pregrado en la industria, la Escuela marca un liderazgo de acción que otorga autoridad o propiedad.

* Diseñador Industrial MA. Director de la Escuela de Diseño Industrial de la UBB.

La responsabilidad social y la enseñanza del diseño gráfico (a073)

Candelaria Moreno de las Casas

No basta solo tener buenas ideas para cambiar el mundo sino llevarlas a cabo de una manera práctica y eficiente. Para todos los que estamos hoy en día en el mundo de la educación es un reto el formar diseñadores que tengan claro el rol que les toca cumplir dentro de la sociedad.