

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.

Es una labor que no es fácil si consideramos que vivimos en un mundo cada vez más globalizado y, donde las personas se van sintiendo menos identificadas con su medio inmediato y más parte de un mundo que es físicamente lejano. Esto se torna más difícil aún en los países latinos donde la mayoría de las veces nos hemos querido parecer a “alguien” sin mirar a nuestro alrededor todo lo que tenemos para sentirnos orgullosos de donde provenimos.

Considero muy importante que los jóvenes conozcan de cerca la realidad de la sociedad donde se desarrollan, para así poder entender lo que sucede, por qué sucede y cómo se puede contribuir a que algunas situaciones cambien.

El Diseño Gráfico es una profesión de comunicación visual, por lo tanto es una herramienta muy útil y fundamental en la educación de una sociedad. La manera de transmitir mensajes puede ayudar a resolver de un mejor modo diferentes tipos de problemas tales como salud, valores, solidaridad, identidad, como muchos otros.

Es por esto que desde el año 1998, el Instituto Toulouse-Lautrec instauró el TRAE (Trabajo real aplicado a empresas) como parte de su metodología de enseñanza.

#### ¿En qué consiste el TRAE?

El TRAE consiste en hacer un convenio con una institución u organización sin fines de lucro que tenga como objetivo la mejora de la sociedad peruana. Por lo general, la mayoría de este tipo de instituciones no cuenta con muchos fondos para realizar sus labores y menos aún para hacer uso del diseño para sus actividades. El Instituto los apoya a través de nuestros alumnos quienes realizan los trabajos que la institución u organización requieren, debiendo previamente investigar sobre el problema a resolver. Entre los temas ya trabajados tenemos: La violencia familiar, niños en abandono, recuperación de técnicas prehispánicas para la artesanía, revaloración de instrumentos musicales peruanos, revaloración de productos peruanos, cáncer en los niños, maltrato a los animales, cuidar el ornato, la falta de identidad peruana, ecología y protección del medio ambiente, promoción de valores, recuperación de lugares turísticos, prevención del sida, educación sexual, revaloración de nuestro patrimonio. Trabajos elaborados con un alto impacto en el sector social al que se dirigieron.

Al entrar en contacto con el tema a tratar, el alumno muchas veces conoce de cerca temas que desconocía o que conocía de lejos, se sensibiliza y se compromete con el proyecto y es por eso que trae tan buenos resultados. Esto no solo aporta a la institución, a la sociedad sino que aporta grandemente en el desarrollo personal y profesional del alumno ya que lo enriquece personalmente y profesionalmente permitiéndole experimentar el contacto con un cliente real, tener que ajustarse a sus necesidades, resolviendo su problema de una manera profesional y además, tener dentro de su portafolio proyectos en ejecución, lo cual es ampliamente ventajoso.

El alumno que tiene la oportunidad de experimentar esta metodología ya no es el mismo, se transforma porque identifica que dentro de su carrera puede aportar a la

sociedad en que se desarrolla de una manera activa. Conoce de cerca lo que sucede a su alrededor, en su país, se identifica con él y va siendo conciente del rol que le toca cumplir para poder vivir en una sociedad mejor.

La institución u organización que recibe la ayuda valoriza la labor y función del diseñador ya que lo ayuda a alcanzar sus objetivos de una manera más directa, más rápida y eficaz.

El instituto se beneficia formando líderes creativos e innovadores con un sentido crítico y de responsabilidad social quienes sabrán cumplir a cabalidad con su rol dentro de la sociedad.

Dentro de mi labor docente comparto esta experiencia enriquecedora porque además de los beneficios ya mencionados permite al alumno crecer como persona y desarrollarse como profesional teniendo la oportunidad, antes de terminar la carrera, de enfrentarse ante diferentes tipos de clientes, manejar diferentes lenguajes, brindando soluciones efectivas ante los distintos problemas a los cuales se enfrenta.

#### Linealidad y falsa tabularidad barroca en el diseño de periódicos digitales (a074)

Usabilidad y consumo informativo en los medios electrónicos.

Mtr. Pablo Andrés Escandón Montenegro\*

Internet pone en práctica la estructura reticular, pues de esta manera se conciben sitios enlazados entre sí, interna y externamente. Pero los enlaces no son lo único que caracterizan a los documentos o sitios que están en la red, sino el concepto de tabularidad, pues Internet rompe los esquemas de causa-efecto y propone la multicausalidad, con múltiples entradas de selección y vías de acceso para la combinación.

Los medios informativos están presentes en la red y todos ellos provienen de una lógica lineal de entrega de información: La prensa, la radio y la TV abren con titulares y luego exponen las historias que configuran el servicio informativo diario. Es decir, los medios informativos crean itinerarios únicos que en la red deben ser diversificados para comprender de mejor manera la historia, para contextualizarla y hacerla completa. Esta característica reticular, que amplía la información y la complementa con el multimedia, es la principal y fundamental fortaleza de un medio informativo en Internet. Los periódicos digitales provienen de la cultura impresa y han reproducido la interfaz del papel en sus páginas de inicio, estableciendo barroco digital, que aglutina y yuxtapone texto e imagen, con la finalidad de que el lector encuentre su línea informativa en “páginas interiores”, es decir repite la linealidad en la entrega de la información, nada más opuesto a la configuración reticular de Internet, en donde se seleccionan y se combinan los elementos para que una historia sea total y completa. De esta manera, las portadas o “home pages” de los periódicos digitales se establecen como un índice de contenidos para que el lector pueda realizar únicamente una selección de la información, con un uso