

nificación que los actores sociales realizan de sus vivencias cotidianas en contextos localizados, a través de la costumbre y la cultura. En este sentido, el mundo laboral de los productores de objetos de diseño resulta un espacio social privilegiado para comprender las interconexiones entre trabajo y cultura, entendiendo que la cultura es un “proceso de generación, transmisión y apropiación de significados (que) incide en las maneras en las que los sujetos perciben su trabajo (y) desarrollan sus actividades productivas” a la vez que “en el trabajo se generan procesos significativos y la manera en que se desarrolla la actividad laboral repercute sobre las estructuraciones culturales” (Reygadas, 2002).

* Mgter. CAS/IDES.

** UBA/CONICET. CAS/IDES.

Vitrinas e design (a110)

Syomara dos Santos Duarte Pinto*

As estratégias de atração visual exercida por vitrinas e a utilização da tecnologia aliada ao design proporcionam informações que favorecem o consumo dos bens e serviços prestados pelo terceiro setor à população. Informações visuais são identificadas a partir de elementos, categorias e técnicas aplicadas à composição de fachadas. Esses princípios estão presentes em conhecimentos no campo do design, das artes e da psicologia da percepção. Por este trabalho, propõe-se uma análise desses elementos aplicados ao estudo das vitrinas, o que proporciona subsídios para a leitura visual desses espaços de exposição comercial. Mickel, em publicação de 1966, já fazia menção ao ofício do designer responsável por vitrinas e cita que a tarefa era mais difícil a cada dia que passava, pois existia um aumento do poder de compra paralelo ao crescimento das necessidades ainda não satisfeitas dos consumidores. Essa afirmação, registrada há quatro décadas, chama atenção para o fato de que há quarenta anos o mercado se mostrava em franca ascensão e hoje, quando o comércio é mais um ramo de atividade que se utiliza da informação e da tecnologia para ativar seu poder de atração, as vitrinas se configuram como um elemento a mais nessa atividade, que une a tecnologia e o design para servir como meio de informação e atrativo para o consumo.

No espaço que delimita uma vitrina, podem-se observar os elementos de design presentes tanto no projeto arquitetônico quanto na organização interna da vitrina e de seus componentes, sejam produtos ou *displays* (incluindo manequins) apresentados em seu interior. A partir dessa observação, a ligação desse elemento com o design torna-se plenamente possível, pois o todo se apresenta como a união do espaço externo e do espaço interno. Demetresco afirma que:

A vitrina enquanto caixa vazia é um suporte que não determina nenhuma leitura porque pode ser vista como um quadrilátero, de vidro, solto, que será encaixado numa parede. No momento em que ela toma parte de

uma estrutura arquitetônica de uma loja, ou de um stand, terá marcas indicadoras que determinarão modos de leitura que serão reforçados pelos elementos inseridos no seu discurso, e pela disposição para cima e para baixo, à direita ou à esquerda, ela firma a condição em que está instalada. (Demetresco, 2001, p. 36)

Supostamente, a organização e disposição de uma vitrina influencia o consumo para o qual apela. Partimos do princípio de que a vitrina, ao chamar a atenção do observador para si, funciona como atrativo principal da loja e essa atenção está ligada diretamente ao tempo que o observador dedica à exposição. Se esse tempo depende do efeito visual criado para o espaço, então, podemos afirmar que o elemento vitrina influencia o consumo e que este depende de uma ordem visual. Alguns elementos básicos da comunicação visual, presentes em qualquer manifestação desse tipo, seja artística ou técnica, são necessários para um correto entendimento das relações dessas manifestações. Como acrescenta Cardoso (2004), “muitos consideram a fragmentação visual como um fenômeno exclusivo da era eletrônica, mas (...) trata-se de algo cujas raízes alcançam pelo menos até o século 19, senão antes.” O trecho transcrito vem confirmar que, apesar de toda a evolução da informação que presenciamos numa era completamente voltada para a tecnologia, o sistema de leitura visual do ser humano continua o mesmo e, portanto, utiliza-se de elementos de comunicação visual como base para uma leitura da informação complexa que os meios atuais propagam. Propõe-se, assim, uma análise desses elementos, aqui aplicados ao objeto de estudo, as vitrinas, proporcionando subsídios para leitura visual desse objeto.

Plan GRADI 2006 (a111)

Formulación de un Nuevo Plan de Estudio para la Carrera de Grado de Diseño Industrial de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Nacional de La Plata

Pablo Ungaro* y Federico Anderson**

En términos generales el Plan GRADI 2006, lanzado por la actual gestión del Departamento de Diseño Industrial de la UNLP, se organizó a partir de analizar las siguientes fuentes de datos:

1. Realización de la encuesta a docentes, alumnos y expertos:

Se propuso a Docentes y Alumnos completar una encuesta cuyo procesamiento estadístico permitió conocer las opiniones de los encuestados sobre el actual Plan de Estudios, en aspectos como: grado de adecuación en la distribución de cargas horarias por áreas epistemológicas, necesidad de introducción de ciertas materias estratégicas para la formación, adecuación y efectividad del *perfil e incumbencias* profesionales, curso de ingreso, relaciones con el sector industrial y de servicios, realización de pasantías en empresas, implementación de cursos de postgrado, especializaciones, maestrías, doctorados, etc.