

De la idea al proyecto, del proyecto al negocio (a117)

Metodología para el diseño y desarrollo de productos; un enfoque multidisciplinario

Eduardo Hofman

La vida cotidiana esta llena de objetos. Nosotros vivimos rodeados de esos objetos, que son producto de la industria, que alguien pensó, proyectó y produjo. El diseño industrial viene a cubrir este aspecto. Entre lo deseable y lo posible. Entre lo que se necesita y su uso, entre el hombre y el entorno. Desde lo cotidiano entre el mercado de producción y el de consumo, un producto cultural.

Pero así como el producto no nace, se hace, lo mismo ocurre con los diseñadores, que a una innata habilidad o sensibilidad artística se le agrega una metodología proyectual orientándolo a que se convierta en una actividad creativa y crítica de la realidad en el sentido más amplio.

En términos internacionales y económicos, no se puede concebir una sociedad sin capacidad de intercambio, pero tampoco se puede pensar en objetos sin valor de calidad. Ese valor agregado es uno de los roles del Diseño industrial.

El presente resumen pretende exponer de manera sintética un abordaje metodológico para el desarrollo de productos bajo el enfoque multidisciplinario pensando en la calidad del producto.

El desarrollo de la metodología incluye aspectos del marketing, la manufactura y el diseño del producto en un solo enfoque.

Como resultado se aprecia la práctica del diseño industrial como realidad compleja, entendiendo los roles complejos y esenciales que desempeñan los miembros de un equipo interdisciplinario en el desarrollo de productos de tipo industrial.

El debate existente entre el diseño partiendo de una base teórica o desde una práctica supervisada en el campo académico, es un tema recurrente.

Ambas posturas son incompletas sin un equilibrio entre teoría y práctica que sintetice una metodología determinada.

La metodología incluye las siguientes etapas conceptuales:

1. Desarrollo de procesos y organización metodológica.
2. Planificación del producto
3. Identificación de las necesidades del cliente
4. Especificaciones del producto
5. Generación del concepto
6. Selección del concepto
7. Pruebas conceptuales
8. Arquitectura del producto
9. Diseño y costos
10. Creación de prototipos
11. La economía del producto
12. Administración del proyecto
13. Aspectos legales
14. La matriz de la estructura del diseño

Un producto es algo que vende alguien a otra persona en el mercado. El desarrollo del producto es el conjunto de actividades que se inicia desde la percepción de una oportunidad en el mercado y finaliza con la producción y entrega de un producto.

La tendencia actual de sustentabilidad del producto impone, su reparación o service y su destino final. Para que esto se cumpla, diferentes procesos disciplinarios se ponen en juego, mediante métodos estructurados metodológicamente que permiten que el proceso sea explícito, y se entienda la lógica de la toma de decisiones. El equilibrio entre teoría y práctica a través del énfasis en la metodología hace conciente el paso a paso para poder encarar las etapas de un proceso determinado.

El éxito de un producto no se debe sólo a la habilidad en la identificación de un problema y que este se concrete en una producción a bajo costo.

Esto sería reducir el problema a un tema de marketing solamente. El desarrollo de un producto implica una aplicación de métodos algunos desarrollados para la industria en general y otros creados "ad hoc".

La metodología viene a llenar el vacío del cómo hacer determinado objeto. En este sentido tiene una doble lectura. El de sistematizar conocimientos a través de la clasificación ordenada de un proceso y el de generar métodos propios para la aplicación al desarrollo de cada producto.

El enfoque multidisciplinario es aquel que deviene no sólo de la mirada de disciplinas diferentes sino de miradas diferentes sobre un mismo objeto.

Esto produce, como producto cultural, el aporte de nuevos "in puts" que deben ser procesados en la conformación del diseño.

En general en la sociedad industrial los productos adquieren características complejas por la cantidad de componentes y subsistemas relacionados.

Es la metodología empleada en su arquitectura la que permite relacionar e integrar los subsistemas para poder probar y validar procedimientos y resultados.

* Arquitecto.

Apuntes para una semiología del gesto y la interacción musical (a118)

Jorge Sad*

La aparición de estudios sobre la problemática del gesto musical es relativamente reciente y ha evolucionado en estrecha relación con el diseño de nuevas interfaces para la performance musical.

Uno de los problemas que aparecen cuando se trata de digitalizar el movimiento de un instrumentista es la necesidad de distinguir sus meros movimientos corporales de sus acciones intencionales de producción sonora, a fin de seleccionar aquello que servirá como "input" de la interface de control de la síntesis o el procesamiento de audio.

Una distinción puramente morfológica, entre movimientos "intencionalmente musicales", de aquellos que

no lo son es casi imposible, ya que resulta necesario recurrir a una “encuesta externa” que permita obtener suficientes testimonios tanto de los músicos mismos como de los oyentes acerca de la manera en que experimentan la relación entre movimiento y sonido, ya que los gestos musicales no son obligadamente causa necesaria de la producción sonora (baste citar los movimientos de acompañamiento con la cabeza de pianistas y guitarristas) y los actos de producción sonora no son necesariamente gestos musicales (el movimiento de los dedos de un instrumentista no es en sí mismo un gesto musical).

En la medida en que los movimientos del músico son recurrentes y parecen iluminar o glosar en cierta medida el contenido de la performance, anticipando o enfatizando aspectos del fraseo, del carácter del material sonoro y haciendo más asequible la estructura de la obra, es posible reconocer el funcionamiento de la dimensión gestual de la música en tanto conjunto de signos producidos sincrónicamente a la producción sonora.

Sin embargo, admitiendo el estatus de signo del gesto musical en tanto el mismo es capaz de producir una red infinita de reenvíos, no nos parece posible un estudio “per se” del mismo sino en relación al estudio del sonido y la música.

La musicología ha relegado el estudio del gesto musical, ya que el análisis musical se apoya prioritariamente en las variables discretizadas como la altura y la duración presentes en la partitura, y el gesto es “continuo y compuesto por formas relacionadas, en las que el significado de cada componente no puede ser registrado detalladamente en un glosario de gestos” (...) “ya que sus entidades son graduales como el sistema de los colores” [Magli, 2002, p. 37].

La dificultad de conformar un léxico de gestos musicales no obsta para que podamos sostener una modalidad de interrogación semiológica que nos acerque a la comprensión de las condiciones a partir de las cuáles el gesto colabora en la producción de la *significación musical*, más allá del imperativo estructuralista de analizar exclusivamente aquellas variables discretas o discretizables que aparecen en el texto creado por el compositor y relegando todos los aspectos performáticos de la música al polo de la recepción (estésico), olvidando que la performance musical es básicamente un acto de *producción* sonora: Como lo enuncia claramente Lucrecia Escudero Chauvel, los gestos, “leídos solo en referencia a la *langua*¹ a partir de un sistema de unidades discretas y combinables, son el caso testigo de cómo la primera semiología de corte estructuralista puede constituirse como tal expulsando precisamente a aquellos objetos difícilmente modelizables” [Chauvel, 2002, p. 9]

Tanto el acto de “hacer” los sonidos, de producirlos de manera directa con un instrumento o de manera indirecta a partir de la composición, como las conductas de recepción pueden dar lugar al desencadenamiento de una red de interpretantes kinéticos del hecho sonoro al que llamamos gestos musicales.

Sin embargo, el gesto musical no puede ser reducido al movimiento corporal de los músicos o del público: ciertas figuras musicales resultantes de la escritura son

llamadas gestos (por ejemplo François Nicolas define ciertas estructuras rítmicas utilizadas en algunas de sus obras de esta manera²) y asimismo, en determinadas condiciones, el sonido mismo se constituye en un gesto. El gesto musical, al ser una forma de control de múltiples parámetros sonoros, tanto desde la escritura³ como desde la performance instrumental, se inscribe en la materia sonora de maneras no evidentes en la partitura: Un simple crescendo en una nota tenida en el clarinete resulta en una compleja y sutil transformación espectral, un simple giro melódico hacia el agudo en la flauta es al mismo tiempo una manera sencilla de filtrar componentes armónicos superiores: Tal vez, esta asociación de variaciones a la que algunos nombran timbre, sea el fenómeno del cual el gesto es la causa.

En este sentido cabe mencionar el trabajo de Robert Cogan “New Images of Musical Sound”, en el que a partir de análisis espectrales de interpretaciones de obras de diversos estilos y procedencias culturales y comparaciones de diversas interpretaciones de una misma obra (por ejemplo las versiones de Demus y Schnabel sobre el primer movimiento de la sonata op. 109 de Beethoven), se muestra de manera evidente cómo las formas sonoras llevan inscriptas las “huellas dactilares” de quien las ha producido [ver Cogan, 1984]. Intentaremos mostrar que una de las confusiones más importantes que obstaculizan el estudio del gesto musical es la indistinción entre las dos nociones de gesto enunciadas: El gesto musical considerado en tanto interpretante kinético/visual del fenómeno sonoro y el gesto musical en tanto impronta o huella inscripta en el material sonoro.

Dicha confusión requiere una interpretación, en la medida en que muestra el conflicto entre una concepción de la música que incorpora dichas series de interpretantes kinéticos y visuales como partes indisolubles del fenómeno musical y otra, en la que la música es básicamente el “texto” creado por el compositor o, ampliando la idea, la huella sonora registrada por el intérprete, y en la cual dichos interpretantes kinético/visuales aparecen como elementos paratextuales”, es decir que “no se sabe nunca si pertenecen o no al texto” [Escal, 1987, p.101].

La oposición entre “gestos huella” y “gestos corporales” puede ser rastreada en varios pasajes del artículo “Pour la beauté du geste” de F. Nicolas [Nicolas, 1995, pág. web s/nro.] que transcribimos a continuación: “Ce qui m’importe est que le son musical ne soit lui-même qu’une trace et non pas un corps ou une substance”. Mas adelante Nicolas escribirá “Le geste donc ne doit pas être ordonné à un corps, comme pourrait le suggérer peut-être Heidegger en reliant geste à gestation”.

Finalmente, me permito citar un pasaje más del mismo artículo ya que resulta por demás explicativo del juego de oposiciones entre gestos huella y gestos corporales que deseamos señalar: “Je tiens en effet qu’un moment remarquable, s’il est ordonné à la présence d’un corps, ne saurait être musical. Il peut être spectaculaire (c’est souvent ce type de moments qui est visé dans la musique de grande consommation, que ce soit celle où le chef tente d’occuper le devant de la scène à la place de la musique, ou celle d’une certaine musique de jazz, ou

encore celle de la pop music) mais il n'ouvrira à rien de musical, à aucun procès subjectif. Il ne peut que demander sa répétition, sa répétition indéfinie. En ce sens, s'il engage le corps, il ouvre nécessairement à la transe plutôt qu'à la musique". [Nicolas, op. cit]

Es interesante notar que la oposición entre gestos huella y gestos corporales puede relacionarse con la polaridad establecida por JJ Nattiez en 'El combate de Chronos y Orfeo' entre un tiempo reversible, representado por Orfeo, en el que la música se constituye en una "máquina de suprimir el tiempo" (según la definición de Levi Strauss), y la noción de un tiempo irreversible, representado por Chronos y caracterizado "por la vuelta de los actores a escena" y "el retorno de la temporalidad, de la historicidad y de la linealidad discursiva en la concepción y la escucha de las obras musicales" [Nattiez, 1993, p.12⁴]. El antagonismo entre estas dos concepciones de la gestualidad musical implica a la vez el antagonismo entre la concepción de la música entendida en tanto obra trascendente y la concepción de la música en tanto evento sujeto al vaivén y las impurezas del paso del tiempo.

Notas

1. En francés en el original
2. Ver [Nicolas, 1995]
3. "El gesto musical remite a un concepto holístico básico, donde los componentes armónico, melódico, rítmico y métrico junto con las indicaciones de tempo, articulaciones y dinámica interactúan en un todo indivisible" [Balderrabano, 2002, p.189] .
4. la traducción de nuestra.

* IIESMUMD. Universidad de Morón. Argentina.

Desarrollo metodológico de la asignatura Taller de Diseño para la carrera de Diseño Gráfico Publicitario de la Universidad de Antofagasta - Chile (a119)

Evelyn Jeannette Hirsch Martínez* e Isaías Alexis Castillo Guerra**

La carrera de Diseño Gráfico Publicitario de la Universidad de Antofagasta cuenta en su malla con 8 talleres semestrales de carácter teórico práctico cuyo principal objetivo es ser punto de reunión de los conocimientos adquiridos en áreas colaterales a él, haciendo uso de una metodología de Diseño, lo que permite planear, organizar y proyectar el diseño desde una perspectiva creativa, propiciando instancias para que los alumnos den respuesta a problemas de comunicación visual contingentes, entregando soluciones visuales de alto nivel. Los alumnos desarrollan su trabajo en ambientes colaborativos, los que propician el aprendizaje significativo creando un cúmulo de conocimientos en constante evolución.

Los talleres de primer año son asignaturas de iniciación que entregan a los alumnos los fundamentos teórico prácticos necesarios para desarrollar ejercicios en temáticas que abordan los conceptos de la bi y tri

dimensión, ejercitando la creatividad en la búsqueda de nuevas soluciones experimentales, en estructuras modulares, leyes de simetrías y percepción, permitiéndose intervenir el entorno. El segundo semestre se aborda la temática tipografía trabajando en la creación y aplicación de las mismas en proyectos de baja complejidad.

Hacia el segundo año el enfoque se dirige principalmente hacia el trabajo del volumen y la tridimensión a través de la realización de proyectos que permiten al alumno generar piezas publicitarias de carácter tridimensional y sus respectivas aplicaciones. En este nivel se trabaja además con metodologías proyectuales que permiten imbuirse en la creación de logotipos y sus aplicaciones en soluciones visuales en etiquetas, envases, display y embalaje.

En la segunda mitad de la carrera los alumnos se abocan al trabajo de análisis y creación de señalética, la que apunta a concretar el diseño específico de pictogramas para programas de señalética aplicables en el entorno arquitectónico inmediato y el diseño de imagen e identidad corporativa para empresas e instituciones, los que regularmente se concretan como trabajos profesionales.

En la última etapa de formación - en el cuarto año - los estudiantes están capacitados en forma integral para dar respuesta a nivel profesional a los requerimientos establecidos por el medio, desarrollando proyectos gráficos reales y en colaboración con instituciones públicas y privadas, los que son coordinados a través del cuerpo académico responsable de las cátedras respectivas.

El proceso metodológico que acogen los talleres de diseño de la carrera impartida por la Universidad de Antofagasta se ha visto fortalecido a través de sus 31 de existencia, acogiendo en sus distintos niveles los avances y actualizaciones que el medio impone, quedando demostrado en la buena acogida de nuestros alumnos en el ámbito laboral.

* Diseñador Gráfico Publicitario. Mg. en Investigación Educativa. Académico Universidad de Antofagasta. Chile.

** Diseñador Gráfico Publicitario. Mg. en Investigación Educativa. Académico Universidad de Antofagasta. Chile.

El diseño en la gestión de marca (a120)

Jorge Andrés Arboleda G.*

Introducción

El diseño no puede ser carta de salvación de un aviso de una marca. "Póngale una letra bonita y ya... eso no es si no ponerle un fondo y listo..." quizás esto sea el pan de cada día de los que trabajamos en el mundo de la comunicación y sobre todo gráfica, en donde le queremos soltar al diseño toda la responsabilidad de una identidad de marca.