

Diseño -GED-. Escuela de Arquitectura y Diseño, Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia.

Estilista: Um profissional de moda (r032)

Brícia Nepomuceno* y Artemísia Caldas**

Este artículo científico resulta de la investigación y desarrollo de la monografía: "Marketing Personal: Auto-Imagen y Afirmación de Estilistas como Profesionales de Moda".

Además, el estudio presenta prontamente los principales conceptos logrados al tirar una mirada atenta sobre el universo de las estrategias de marketing, estableciendo fuertes relaciones con el mundo de los profesionales de moda, sobre todo el estilista.

Para mejor aclarar el tema, este artículo presenta la importancia del marketing personal como herramienta estratégica esencial para expresar con éxito una marca (registrada) o identidad profesional y personal en el mundo moderno, valorando las principales técnicas usadas por estilistas para desarrollar la sensibilidad del individuo y para integrárselo en un determinado momento, situación y en los frecuentes cambios y transformaciones que surgen en el medio organizacional y social.

* Graduada em Estilismo e Moda pela Universidade Federal do Ceará.

** Cursando Especialização em Design Têxtil pela Faculdade Católica do Ceará.

Forma espontánea (r033)

Subtítulo: Métodos experimentales de búsqueda formal

Ever Patiño Mazo*

Como menciona Christopher Alexander el objetivo del diseño por simple que parezca es la forma, la forma no es más que fuerzas en equilibrio actuando en la materia, al respecto Christian Weiss hace tres siglos opinaba: "Toda forma natural, resulta de una combinación de atracciones y repulsiones entre los componentes básicos de la materia. Su razonamiento era sencillo: Si solo existieran fuerzas atrayentes, toda la materia se condensaría en un solo punto" (Stewart, Ian. Golobitsky, Martin. 1995). Esta materia está en una estructura espacial, la cual por ningún motivo representa el vacío, la nada o vacuidad para el objeto del diseño es paradójicamente nada, no existe, lo que sí existe es una estructura espacial con propiedades físicas que influyen y permiten que la forma exista.

Desde esta premisa, y teniendo en cuenta las características y propiedades de la forma física, la línea de investigación en Morfología Experimental ha desarrollado métodos y técnicas de búsqueda formal que se pueden insertar en una metodología sistémica y convencional de diseño. Son diversos los procesos productivos,

conceptuales, y metodológicos para encaminar el problema de diseño. Los métodos propuestos, justifican técnicas experimentales de formalización y fabricación de objetos, las cuales podrán ser tomadas como base para un proyecto de diseño contemporáneo en donde la forma encuentra su equilibrio por acción de las fuerzas y la "intuición" actuando sobre ella. Tomando la experimentación, como un método fundamentado, que requiere bases teóricas firmes para su elaboración: Identificación del objeto de estudio, definición de variables a las que va a estar sometido el objeto, y las cuales deben estar dominadas por el investigador, y por último análisis del resultado de estos estímulos actuando sobre el objeto. Esto quiere decir que el objeto de estudio es en unos casos la forma, en otros el objeto, las variables son las fuerzas o potenciales físicos básicos, y el resultado es la forma espontánea que ha sido optimizada en el proceso de experimentación.

En el Instituto de Estructuras Ligeras Alemán, el arquitecto Frei Otto desarrolló a partir de estos mismos principios, métodos de exploración formal para el diseño de cubiertas arquitectónicas, y los llamó búsqueda objetiva de la forma (*Finding Form*). La premisa de Otto era sencilla, la forma existe gracias a la relación existente entre la masa y las fuerzas. Estas fuerzas, como la gravedad, la tensión superficial, y la presión atmosférica son en primera instancia las restricciones que pone el espacio para que la materia pueda existir, lo que significa que el objeto o la construcción, en el proyecto arquitectónico, también esta condicionado a esta estructura de funcionamiento que se le dio al espacio, desde el momento mismo en el que empezó a existir.

La labor de Otto fue sistematizar y bautizar métodos y técnicas que ya otros arquitectos e ingenieros habían intuido y utilizado. Cabe mencionar a Gaudí y a su obra magna inacabada, la Sagrada Familia. Para su cálculo, Gaudí no perdió tiempo trazando en un plano las vigas y las columnas, es más, muchos arquitectos han mencionado su incapacidad para dibujar los planos de la Sagrada Familia. Lo que hizo fue construir con hilos delgados las columnas, vigas y arcos que había supuesto como suficientes para sostener su obra, y los dejó colgar, lo que pasó fue que al dejar que actuara la gravedad sobre estos hilos, los arcos se convirtieron en catenarias, forma frecuente en la construcción natural, que debe su morfología a que cada sección de la curva esta siendo halada por la fuerza de gravedad. Lo interesante de estas catenarias es que se convirtieron sus arcos al estar al revés, es que al invertirlos nuevamente, luego de haberlos rigidizado, éstas anti catenarias mejoraron considerablemente las propiedades del sistema estructural, ahora los arcos distribuían de manera eficiente los esfuerzos a que estaba sometida la estructura. En conclusión, a partir de la construcción natural, la fuerza de gravedad y de la elaboración del modelo físico, Gaudí logró optimizar sus recursos, utilizó el mínimo de material para sostener su iglesia, y resaltó la apariencia estética final de su obra semi-terminada.

"El proyectista se puede dejar guiar por su intuición e imaginación, sin estar atado a muchas de las cuestiones prácticas, físicas o analíticas, pero conociendo la lógica mecánica y las formas y posibilidades que de ello se

derivan, o sea dominando la manipulación de formas estructurales genuinas. Este saber le permitirá mirar más allá de los límites de las múltiples construcciones ya probadas y derivar nuevas formas no convencionales.” (Engel, Heino, 2001)

Los métodos experimentales de búsqueda formal, propuestos por la línea de investigación, toman en primera instancia las experiencias de Otto, Gaudí, e Isler, para luego ser traducidas y adaptadas al proyecto que nos compete, fundamentando nuevas técnicas de exploración y materialización. La síntesis creativa estaría dada, en este tipo de métodos que vinculan la construcción y experimentación como una experiencia vivida, manipulable, transformable, en donde las posibilidades del material y de la forma estarán descubriéndose directamente. Son elementos determinantes en la optimización de cualquier construcción, todas esas técnicas, conceptos y referentes vuelven eficiente la búsqueda de la geometría que da como resultado la forma como tal. Las geometrías adecuadas, el origen de la forma, las diferencias entre el crecimiento natural y la construcción artificial de la forma, son temas que se profundizaron para poder dilucidar estos esquemas proyectuales.

En conclusión, el espacio circundante también está en movimiento, modifica la forma, la agrede, el ejemplo que da la construcción en la naturaleza, es que no se debe pelear contra ese nuevo caos, esas perturbaciones le son indiferentes, ante ellas la construcción busca nuevas conformaciones, ante una inestabilidad, busca la estabilidad, la simetría y el orden se rompen, y llega una nueva forma, que vuelve a estar, por paradójico que parezca, en orden; un orden ocasionado por una fuerza caótica, que quizás pareció aleatoria. “Las fuerzas son el origen funcional de las forma” (Alexander, Christopher. 1976) por tal motivo es mejor no pelear contra ellas, sino usarlas.

* Diseñador Industrial. Línea de Investigación en Morfología Experimental. Grupo de Estudios en Diseño, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia.

Gestión en empresas de diseño (r034)

De la gestión táctica de proyectos y/o productos a la gestión estratégica de la organización; de la rentabilidad actual a la competitividad y supervivencia futura.

Fernando Del Vecchio

Una importante proporción de nuevas empresas (algunos estudios¹ indican que alcanza a más del 80%), cierran sus puertas y no sobreviven los primeros años en el mercado. Los factores son múltiples.

Hoy en Argentina, a pesar del auge y el éxito que cosechan una importante proporción de las empresas del sector de diseño, existen algunos indicios de falta de competitividad a futuro, señales que algunos mencionan, por ejemplo, como “falta de management capacitado”². Este puede ser considerado como un límite actual del propio sector de empresas de diseño a su competitividad y supervivencia futura.

Cuando hablamos de “management” nos estamos refiriendo a ciertas habilidades de gestión, capacidades que en muchos casos los emprendedores del sector no poseen, simplemente por su orientación al proyecto y/o producto. Esta orientación y habilidad es una condición necesaria, pero no suficiente.

La competitividad (cuyo resultado tangible es la rentabilidad) es una conjunción de condiciones necesarias y suficientes. La rentabilidad actual de un nuevo emprendimiento presenta ambas condiciones: Orientación al proyecto y/o producto solicitado por el cliente objetivo (segmento), acompañado por una gestión del emprendedor sobre ese proyecto y/o producto en ese mercado. La competitividad del emprendimiento a futuro, como resultado de decisiones que también debo tomar hoy, es consecuencia del desarrollo de ciertas habilidades (diferentes) de gestión.

Es posible y probable que a futuro, mis expectativas sean diferentes, las condiciones de mercado sean diferentes, el entorno económico, político y social también sea diferente. Ello me llevará, como emprendedor, a tomar ciertas decisiones que seguramente, serán diferentes a las actuales.

Para sobrevivir en el mercado, es necesario tomar decisiones de calidad e implementarlas eficientemente. Este es el punto central. Ahora bien, ¿Cómo sabemos si estamos tomando decisiones de calidad antes de proceder a su implementación? ¿Cómo las implementamos eficientemente? ¿Cuál es el marco de análisis a utilizar para proyectar mis expectativas de crecimiento y competitividad a futuro?

Más arriba hablamos de condiciones necesarias y suficientes para lograr competitividad. La condición necesaria se encuentra asociada a las habilidades de diseño y orientación hacia el proyecto y/o producto; la condición suficiente, a las habilidades de gestión. A futuro, esta condición suficiente se encuentra asociada a la gestión de la organización que el emprendedor lidera. Aquello que hoy se denomina “falta de management capacitado” es una carencia actual, un factor limitante a la competitividad futura de las empresas del sector de diseño.

Para desarticular ese limitante, hoy podemos comenzar a trabajar utilizando una perspectiva diferente, de transformación: Del proceso de gestión táctica al proceso de gestión estratégica; de la gestión de proyectos y/o productos a la gestión de la organización que lidero.

Durante la ponencia se explicará brevemente el marco de análisis estratégico, para trabajar en la transformación organizacional del emprendimiento, condición de supervivencia y competitividad futura (responsabilidad ineludible del líder).

Glosario:

- Estrategia: Es una forma de pensar que permite comprender la interacción entre la organización y el contexto, de manera que se logre el máximo posible incremento de valor económico.
- Competitividad: Es la capacidad de una estrategia de obtener prevalencia sobre otra, o bien la capacidad de un comando (dirección de la empresa) de generar estrategias con capacidad de obtener la consecución de los objetivos establecidos.