

siendo esta última a la que más importancia se le asigna en la escuela elemental, donde el éxito del razonamiento es una respuesta correcta a la solución más apropiada. Las artes creadoras se convierten en algo extraordinariamente importante en nuestro sistema educacional, aunque solo sea por el hecho de que las artes impulsan el pensamiento divergente, en el cual no existe respuesta correcta y en el que se acepta cualquier número de soluciones posibles para los problemas planteados, o una cantidad indefinida de salidas o resultados en pintura o dibujo.

Como ya es sabido; cuando el alumno trata de materializar el resultado definitivo en tres dimensiones; éste no emplea la proyección para idear el objeto. Esta peculiaridad se ha comprobado al solicitar la realización de volúmenes en cartulina blanca; y en conclusión, la evolución y el planteamiento son desordenados, fuera de cualquier desarrollo metodológico, con aciertos ligados a soluciones inmediatas, improvisadas, caprichosas, o costosas.

Para solventar drásticamente esta acción impulsiva, se decidió que el objeto a conformar debía de estar sujeto a una descripción dibujada por la forma conocida mediante el tacto; y en la que la textura del objeto debiera ser descrita por la visión y el tacto, de manera indistinta. Por lo que los alumnos, ante la dificultad del planteamiento, se vieron sujetos a representar su idea primero en el papel; necesitando abordar un problema al que no están habituados. Si no se realiza un ejercicio elaborado, los resultados nunca serán objetivamente idóneos y no podrán ser evaluados favorablemente.

Como ya se ha defendido; si en el dibujo y el objeto se describe desde la forma táctil, se está permitiendo la conciencia integradora en la manera de percibir, y por lo tanto, comienza a educar a nuestro alumno en actitudes que deben desembocar próximamente en la ergonomía.

Otra directriz de este desarrollo metodológico consiste en experimentar y plasmar un objeto que de una respuesta háptica más completa; así, el plano debe integrar no solo la textura optoháptica a la descripción formal, sino exclusivamente háptica; que habitué al diseñador a conocer el lenguaje de la textura y su aportación, y a comprender la posibilidad de adecuar su volumen de manera más integrada al espectador.

Notas

1. El modelo de dibujo que se plantea responde a la siguiente hipótesis: Es posible que exista un modelo de representación válido que describa la forma volumétrica de los objetos, indicada desde la síntesis expresiva del "Plano", por medio de indicadores de la percepción háptica de la forma, y para la representación visual de la misma. La experiencia vinculada al aula permite reafirmar la propuesta.

2. Kennedy, J. M. (2005: 12). "Lo tangible y lo visible en los dibujos que realizan las personas ciegas". *Integración. Revista sobre ceguera y deficiencia visual*. Abril, Número 44, 7 - 12.

3. Asignatura troncal de primer curso en la titulación de Ingeniería técnica de Diseño Industrial de la Universidad de Extremadura.

4. Widlöcher, Daniel (1975: 68) *Los dibujos de los niños. Bases para una interpretación psicológica*. Barcelona: Herder.

5. Según la posición del objeto sujeto a una planificación oblicua, la elección de un plano determinado obliga a tomar una línea secuenciada de respuestas, que posiblemente no lleven a la consecución de la expresión que se pretende. Por lo tanto, el iniciado deberá optar por cambiar el rumbo de sus soluciones, hasta agilizar el proceso que le lleve al acierto. El ejercicio continuado en la metodología del modelo háptico pretende dar al alumno la posibilidad de buscar soluciones propias a dificultades proyectivas, que al final le ayudarán a cuestionarse objetivamente sobre la forma y el espacio, desarrollando la observación y reflexión, y a mostrar una expresión sintética. Que en este caso existan diferentes respuestas válidas sujetas a un concepto, consigue desarrollar el pensamiento divergente, el cual debe identificar a un diseñador industrial.

6. Lowenfeld, Víktor and W. Lambert (1980: 69). *Desarrollo de la capacidad creadora*. Buenos Aires: Kapelusz.

* Profesor de Expresión Artística, Ingeniería Técnica de Diseño Industrial, Universidad de Extremadura, España.

Visual Merchandising (r082)

Karin Salas Guevara

Visual Merchandising. Su función es atraer, motivar, crear flujos y, lo principal, vender.

- Definición.
- Función del Merchandising.
- Misión.
- Principales Funciones.
- Gestionar estratégicamente la superficie de Ventas.
- Crear un ambiente propicio.
- Gestionar adecuadamente el surtido.
- Aumentar la rotación de los Productos.
- Aumentar la rentabilidad del punto de venta.
- Diseño de la Arquitectura exterior e interior de la tienda.

Estas funciones se cumplen gracias al trabajo de:

- Aspecto Visual
- Mostrar los productos comerciales valiéndose de todos los formatos y técnicas para resaltarlos en el punto de venta.

Esto se realiza a través de:

- Vitrinas
- Puntos focales
- Layout de amoblado y distribución de áreas
- Material P.O.P. (material gráfico)
- Mercadeo del producto (talla, color, forma, familias, especie)

Todo esto gira en función a una campaña de determinada área ya sea damas, caballeros, niños, deco-hogar.

El Retail de hoy no basta con qué vendo, si no que además, está en cómo vendo.

La diferencia de elegir una tienda se basa en la presentación de ésta, en los precios, en la calidad de sus productos y su surtido.

Toda exhibición no es para mostrar los productos que nosotros queremos vender, sino que es para llamar, estimular e incentivar la compra de esos productos.

La exhibición se comunica con el público utilizando elementos que hablen por sí solos o creen sensaciones de sorpresa, admiración, sonrisas, belleza.

Las buenas exhibiciones hacen que los productos se vendan solos.

Otra de las funciones del aspecto visual es atraer nuevos clientes y mantener los clientes actuales. Acá se trata de ver no solo un proyecto técnico sino estético de todo lo relacionado al armado de las áreas y de una tienda.

Los factores del visual merchandising:

- Presupuesto: Es la cantidad económica que se asigna para los trabajos de campañas o eventos.
- Exhibición: Trasmite la imagen y características del producto. Tiene como principal objetivo atraer a los consumidores potenciales. Guarda una dirección directa con el diseño.
- Materiales: Existe una innumerable cantidad de elementos que se pueden utilizar para la creación de puntos visuales. Materiales naturales y artificiales que sirven de apoyo a una presentación. Estos son denominados elementos Props.

Todas estas funciones, técnicas, elementos y tips que se usan en este tipo de labor entran en juego para el tratamiento estético y armónico en relación con el producto y el consumidor. Esto crea un resultado exitoso en las ventas.

Mi punto a tratar sería la decoración y el diseño comercial.

Presentación de trabajo de las áreas de Diseño Industrial, Diseño Gráfico y Diseño de Interiores (r083)

Lisandro Ochoa*

Pensamos que puede ser muy positiva esta muestra de proyectos que de alguna manera exponen el principal objetivo del diseño en general, que es pensar para la gente.

Tenemos pensado exponer el trabajo ganador de Masisa Argentina 2006, que salió tercero a nivel internacional, otro trabajo muy interesante es un sillón odontológico multifunción que permite ser utilizado en diferentes áreas de medicina, y un andador para niños con problemas motores, todo esto hablando de diseño industrial. En cuanto a diseño gráfico, podríamos exponer 3 trabajos excelentes que surgieron a fines de 2005 con la incorporación al plantel docente del profesor de Diseño III Pablo Fontana (Fontana Diseño Buenos Aires) que tratan el proyecto gráfico integral de un zoológico, un libro de bolsillo y una marca de productos regionales.

Por diseño de interiores podemos presentar dos proyectos que se confunden con tesis de arquitectura por su escala y calidad de terminación.

* Instituto Superior de Diseño Aguas de la Cañada, Argentina.

La Enseñanza de la multimedia en Toulouse Lautrec (r084)

Adrián Velásquez Maury*

Durante el año 2005 y 2006 se generó un cambio muy positivo en la escuela gracias al aporte de un ex alumno y ahora docente que nos trajo fresca y una visión más abierta e innovadora hacia el diseño

Eso nos costó un replanteamiento de nuestras metodologías y nos motivó a hacer de este curso de último ciclo una experiencia diferente para nuestros alumnos.

Antecedentes:

Los alumnos de último ciclo tienen que realizar como último proyecto un producto multimedia.

Se investigó y se generó un acercamiento más vivencial al cliente o producto que en esta oportunidad fue el turismo alternativo o una forma nueva de hacer turismo. Esto funcionó como una poderosa herramienta de motivación para los alumnos ya que los puso en contacto real con el área de trabajo.

Crearon una situación y entorno profesional trabajando con variables reales.

Así se generaron procesos enriquecedores que terminaron en un producto multimedia sobre una forma nueva de hacer turismo.

Para la evaluación utilizamos una evaluación 360 grados donde se convocó a un experto de agencia líder en medio (Phantasia media interactiva) propiciando un contacto real con el Mercado profesional.

Así como un experto freelance part time que aportó desde una posición más intermedia y un representante de la institución que conocía más sobre las características particulares del proceso total de formación académica. En el segundo proyecto realizado este año hemos tomado el concepto del diseño inclusivo

¿Porque diseño inclusivo?

Lo tomamos como reto actual y estamos investigando para tener un nuevo campo de acción.

La actitud académica es la misma sólo cambia la problemática y en el proceso se plantean las estrategias para llegar a la solución.

Se trabaja con una realidad bastante compleja y se modula el aprendizaje para llegar a solucionar el problema de manera óptima y hacer un aporte a esta parte de nuestra sociedad tan descuidada.

Esta experiencia resulta muy enriquecedora para los alumnos que se enfrentan a una realidad muchas veces desconocida por ellos mismos.

En el proceso es importante la articulación de este curso con cursos paralelos como programación multimedia, comunicación audiovisual y cursos previos que dan las herramientas tecnológicas

La metodología de trabajo en equipo potencia el producto y permite al alumno desarrollar habilidades de lide-