

La esquematización (r108)

Los nuevos desafíos del comunicador para presentar grandes volúmenes de información a través de medios digitales.

Mónica Lutzky y Francisco José Risso Ubeda

Diseño y visualización de la información:

Cada nueva innovación tecnológica en el “medio” o soporte de la información trae como consecuencia una nueva dinámica de comunicación y aprendizaje. Así como la prensa escrita tiene principios propios, la radio y de televisión crearon sus propias reglas de comunicación. Con los ordenadores y la red global o “Internet”, la comunicación sufre otro cambio profundo, un cambio del “cambio”.

Las nuevas herramientas tecnológicas traen aparejados la evolución desde una sociedad verbal en donde se enfatizaba la lectura y la escritura a una sociedad visual en donde se verifica el uso de signos, símbolos, imágenes e iconos y los ordenadores como herramientas de comunicación. Estos nuevos “activos” intangibles no solo no se “consumen” con su uso, sino que, por el contrario, aumentan en relación directa con su utilización. Las nuevas organizaciones que producen un alto valor agregado requieren para crecer de una red antes que de estructura. Para ser eficientes necesitan de una comunicación sin intermediarios, donde sus operadores, analistas simbólicos de alta capacitación y especialización, simplifican la realidad con representaciones abstractas, que pueden reordenarse, recombinarse o modificarse para ser transmitidas.

Las nuevas dimensiones donde se maneja el comunicador:

La tarea de analizar, estudiar y comunicar todo tipo de información para hacerla accesible tiene en el diseñador una recategorización de su papel en el proceso de la información.

En efecto, el diseñador redefine las interacciones mediante sus abstracciones y esquemas ya sea:

- En los ejes temporales (pasado, presente, futuro), accesible todo al mismo tiempo en los nuevos contextos, como ya sucedía en el diseño de la prensa gráfica por ejemplo, donde interesa en que lugar y con qué destaque aparece la información.
- En la inalterabilidad de los contenidos, donde resulta paradójico que los medios que tienen mayor capacidad de actualización y vida “útil” mas efímera, son, a su vez, los que pueden asegurar una mayor “trazabilidad” o seguimiento de las modificaciones y cambios que sufre en su proceso la información.

La antigua relación “autor-lector” que fijaba los puntos de vista y la perspectiva tradicional se modifica totalmente ya que surgen nuevos debido a las posibilidades de los adelantos técnico-audiovisuales; como la llamada visión en “3D” permite al receptor una nueva experiencia de “ver” el “detrás” de cámara, la visión en “zoom” (como en Google Map) geo-contextualizando la información en un espacio de coordenadas y desde una óptica

que puede acercarse desde el marco de referencia del continente, región, país, ciudad, barrio o calle.

Por esto en los nuevos medios digitales el diseñador se transforma en un co-autor, antes que un simple traductor visual. El nuevo “manual de estilo” para Internet debe todavía escribirse, o mejor dicho, visualizarse.

El valor agregado de la “e-comunicación”

Las interfaces digitales permiten utilizar la información en ambientes dinámicos; así dispuesta, permite “ver y hacer” al mismo tiempo.

La comunicación basada en el uso de la Web, hacen de la información una nueva fuente de valor económico; como cuando es utilizada como fuente de datos para la toma de decisiones en tiempo real en bancos y entidades financieras; pero también lo hacen las noticias del clima, la situación política, los nombramientos en empresas o instituciones, los resultados electorales, e infinidad de variables que gracias a la esquematización con que se representan crean una nueva percepción en el receptor, quien basa sus decisiones correlacionando nuevas combinaciones de hechos y datos.

La interface

Según Orihuela los procesos de comunicación a través de “Internet” se definen por “...la exigencia de tiempo real, la gestión de la abundancia informativa, la desintermediación de los procesos comunicativos, el acento en el acceso a los sistemas, las diversas dimensiones de la interactividad, el hipertexto como gramática del mundo digital y la revalorización del conocimiento por encima de la información.”

El nuevo espacio “virtual” donde se desarrolla la comunicación es un espacio “inmaterial”, pero solo existe (a diferencia del medio gráfico o audiovisual, más tangible) en tanto permita una interacción, un intercambio comunicativo entre computadora y usuario. El diseñador no sólo presenta la información, para lograr que esta tenga mayor valor y genere nueva información, requiere del “lector” una reacción, por lo que aparecen las “encuestas” on line, que “circularice” a otros usuarios, que vuelque su propia información (texto, foto, audio, video) o escriba su experiencia, opinión o consejo. El diseñador debe tener en cuenta esta posibilidad del “feed back” instantáneo que la interface tecnológica permite; que transforma a Internet tanto en un medio como un vehículo de la información y el conocimiento.

Un ejemplo de aplicación: Infoagenda.net

La gaceta como soporte de la comunicación es usualmente empleado por los comunicadores. Infoagenda.net recibe las informaciones de prensa, chequea su validez y actualidad y publica en un formato de base de datos. De algún modo, a través de esta práctica de envío de información de prensa se estaría generando un tipo de periodismo automático que consiste en la publicación “simple” de la información recibida. Pero la suma acumulada de información sobre los eventos, noticias e informaciones de prensa generada por las empresas, o instituciones permite que el consumidor de información pueda acceder de modo muy sencillo a una valiosísima

información clasificada, totalmente actualizada y con proyección de tiempo y lugar.

El usuario/autor puede encontrar la mejor oportunidad para realizar sus eventos, campañas de promoción, conferencias de prensa o reuniones con los medios; la información así generada permite que las empresas y organizadores tengan la capacidad de evitar la superposición de eventos que apunten a públicos o intereses similares; o su realización en días donde algún acontecimiento que disperse la concurrencia de público.

Bibliografía:

- Barnes, Stuart . Sistemas de Gestión del Conocimiento. Thompson. Madrid 2002.
 Costa, Joan. La Esquemática: Visualizar la información. Paidós. Barcelona, 1998.
 Gore, Ernesto. La Educación en la Empresa. Granica. Buenos Aires, 2004.
 Shultz, Don y otros. Comunicaciones de Marketing Integradas. Granica. Barcelona 1993.
 Orihuela, Jose Luis. Los 10 Paradigmas de la e-Comunicación. <http://mccd.udc.es/orihuela/paradigmas>, 2002.

“Evaluación ambiental de proyectos. Una instancia de transferencia y articulación Investigación-Docencia” (r109)

Víctor Daniel Ávila*

A partir de lo desarrollado en sucesivos proyectos de investigación en el Instituto del Ambiente Humano, acerca de la problemática ambiental, la sustentabilidad y el diseño, se propone un marco conceptual y una metodología para la evaluación ambiental de proyectos de arquitectónico-urbanísticos en la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño de la Universidad Nacional de Córdoba.

Desde la reconsideración de las lógicas proyectuales vigentes y la propuesta del concepto de Proyecto como Lógica Ambiental, se formulan hipótesis y orientaciones para el análisis y evaluación de procesos y productos de diseño de alumnos, en la perspectiva de la racionalidad ambiental y el desarrollo sustentable, como una instancia de transferencia e incorporación de la dimensión ambiental en los procesos de enseñanza-aprendizaje del diseño.

Este enfoque se estructura en base a dos ejes principales:

- El concepto de ambiente como sistema complejo: Contextualizando el objeto de diseño en función de problemas sociales y realidades ecológicas y culturales de los actores del proceso.
- El concepto de límite: La crisis del modelo de desarrollo imperante y la de la forma de construir el ambiente. Estas ideas permiten aclarar el campo de acción de la disciplina y orientan ciertas búsquedas metodológicas que permiten enseñar a percibir el ambiente en su complejidad, y posibilitan pensar en la multicausalidad de los hechos de la realidad.

Esto implica analizar en los trabajos de proyecto, cómo se define el objeto de diseño, cuáles son las modalidades

de producción del espacio habitable, y cómo se consideran los efectos que generan sobre el ambiente las intervenciones que los alumnos plantean en sus trabajos. Las hipótesis de lectura se formulan a partir de considerar que la problemática ambiental en los procesos de enseñanza y aprendizaje, particularmente en el primer nivel de la carrera, se presenta de manera fraccionada, no contemplándose la multicausalidad e interacción entre las variables que conforman el objeto de diseño y sus interrelaciones con el ambiente, y por lo tanto no se evalúan las consecuencias de las acciones proyectuales en el mismo.

La selección de indicadores adecuados para la lectura de los trabajos, se plantea desde los conceptos de complejidad y multiplicidad de las relaciones entre objeto/objeto, objeto/sujeto, objeto/ambiente.

En este trabajo se expone el análisis y evaluación de trabajos de Arquitectura I de la carrera de Arquitectura, explicándose la metodología desarrollada, las conclusiones a las que se pudo arribar, y la propuesta preliminar de orientaciones para la incorporación de la dimensión ambiental en los procesos de enseñanza-aprendizaje del proceso de diseño en el primer nivel de la carrera.

* Mgter. Arq. Instituto del Ambiente Humano. Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño. Universidad Nacional de Córdoba.

Diseñador-Obra (r111)

Analizando la obra a través del diseñador y el diseñador a través de la obra.

Virginia Olivera*

“Si miramos una ventana, estamos viendo al exterior, estamos viendo al otro, pero si miramos a un espejo, nos veremos a nosotros mismos”

“Un siglo caracterizado por la Postmodernidad, nos planteó un desafío: El de saber quienes somos en tiempo y espacio diferentes.”

El diseño como actividad fue explicado, detallado y desmembrado como acción concreta de diseñar, en las últimas décadas del siglo pasado. Miramos por la ventana, observamos las variantes y constantes, las leímos, escribimos y estudiamos.

Pero de un modo particular se puede enfocar y reflexionar, mirando hacia el espejo.

No se puede sintetizar en palabras los complejos mecanismos del diseñador a la hora de crear.

Toda tesis sería eca de reduccionismo.

Partiendo que la “Creación” adquiere valor autónomo e independiente del autor, es innegable que el conocimiento de su personalidad artística facilita una mejor comprensión de aquella.

La aventura cotidiana nos devela, en ciertas ocasiones, la forma de forjar su propia peripecia humana/artística. Esto se puede observar en la intimidad de la obra, su intra-universo.