

instrumento de la mera comunicación humana o de la expresión personal y se ha convertido en el vehículo principal de la humanización de los individuos” Ofrecer las técnicas para mejorarlo y convertirlo en una “herramienta” al servicio de las necesidades que se le presenten al individuo es una tarea ineludible de la universidad. Su utilidad se observará en el ámbito académico y se proyectará fuera de él.

## **La producción en el diseño, entre la artesanía y la digitalización. Un difícil equilibrio.**

*Valeria Scalesi y Eugenia Carlesi*

La producción en el diseño hoy día ha cambiado mucho con respecto a los últimos años, pero tanto la artesanía y la tecnología son necesarias y ambas son herramientas válidas y necesarias. Las razones son simples: la espontaneidad y gestualidad que se logra para cierto tipo de trabajos de manera artesanal nunca se conseguirá por medios tecnológicos. Se lo podrá “imitar” bastante bien, pero el resultado no es el mismo.

En contrapartida a esto, el nivel de precisión y perfección que alcanza un trabajo realizado por una máquina para casos indicados, no puede ser comparado con uno realizado por la mano del hombre, porque por más empeño que se ponga para realizar el trabajo, nunca llegará a ser perfecto y reproducirse siempre de la misma manera.

El uso indiscriminado del ordenador en los primeros niveles de la carrera por parte de los alumnos tiende a masificar los trabajos y limitar bastante su libertad de acción, ya que se podría decir que la computadora todavía los domina a ellos y no al revés como tendría que ser. En general reniegan de los “trabajos artesanales”, pero muchas veces se debe a que les lleva el doble de tiempo realizarlos.

Pero hay casos donde el uso de un medio digital es imprescindible, como es el caso de la producción gráfica. La manera “artesanal” de hacer las cosas en este último tiempo pasó a ser un antecedente histórico, ya que en la práctica profesional tiene muy poco que ver con la realidad que se está viviendo. Los originales de arte se “extinguieron” del mercado laboral, se utilizan medios mucho más modernos y de mejor calidad de reproducción, pero no del todo simples si se lo mira desde el punto de vista del alumno ingresante.

Se hace bastante complejo hablarles de incompatibilidades, extensiones de archivos y lenguajes de impresión cuando muchos de ellos no tienen un contacto frecuente con una computadora. Pero pasar este tema por alto sería impensable, ya que es troncal en el diseño gráfico, y su futuro laboral estará estrechamente ligado con estas cuestiones. No se le estaría dando al

alumno la formación necesaria para ingresar al campo laboral.

En conclusión, debe existir un equilibrio entre el uso de lo artesanal y lo digital, utilizando cada medio de la manera adecuada y de acuerdo a la necesidad. Lo difícil para el alumno es establecer cuál es el punto de inflexión para dejar de lado uno y utilizar el otro, o simplemente combinar ambos de la manera correcta y en los casos en que así se requiera. Nuestra función como docentes es guiarlos para ellos mismos encuentren su propio equilibrio.

## **Abordaje interdisciplinario a las marcas. Perspectiva jurídica.**

*Gloria Schilman*

La marca como signo que distingue un producto o un servicio de otro juega un papel preponderante.

Tiene como función garantizar una calidad uniforme, y publicitaria. Sin una marca que la designe no es posible efectuar publicidad de un objeto dado.

Nuestra ley adoptó el sistema atributivo para la adquisición del derecho exclusivo sobre la marca. No existe derecho de ninguna especie sobre la marca si no hay registro.

El sistema declarativo es aquel en que el derecho exclusivo nace con el uso, y solo después efectúa el depósito o registro de la marca. Sin embargo, la marca no registrada pero usada, no está totalmente desprotegida.

La ley no impone la obligación de usarla cuando se comercialice el producto-servicio. El valor de la marca se circunscribe al territorio argentino. Le confiere a su titular el uso exclusivo, y la posibilidad de excluir a otros de su uso. Es su propiedad y dispone de ella como cualquier otro bien. Puede ser transferida, y su uso puede ser licenciado y/o autorizado a título gratuito u oneroso. La marca dura 10 años. Puede ser renovada por periodos idénticos si se cumple con los requisitos.

### **El derecho y su adquisición:**

Nuestra ley de Marcas (22.362) admite el registro como marca de los Signos registrables: No hay límites en cuanto a los signos que pueden ser elegidos como marcas. La elección no es tarea fácil. Una palabra que se usa en el lenguaje común será más recordada. Pero la marca de fantasía por su unicidad, tendrá un mayor poder distintivo. Esta puede ser una palabra con significado propio, que se eligió para diferenciar un producto-servicio y que no lo evoca, ni a éste ni sus características, por ej: estrella para algodón, alba para pinturas; pero tiene un contenido conceptual (gallo para arroz, criollitas, cocinero) No es necesario que la marca sea una creación del solicitante, sino que sea el primero que se apropie de ella, e inicie el trámite legal.