

El dibujo en el diseño.

Julio Centeno

Son conocidos y aceptados los beneficios que el dibujo aporta a las disciplinas proyectuales. Las habilidades y capacidades en este campo y que puedan ejercitarse en el proceso de diseño siguen siendo importantes como sistema de comunicación (con uno mismo y con los demás) y el mejor camino a recorrer desde “la idea” al “producto diseñado”.

Paralela y simultáneamente a la capacitación en el dibujo se debe custodiar que éste (el dibujo) sea cada vez más coincidente a una realidad percibida ó imaginada pero siempre mensurable y tener el mérito de ser creíble... confiable.

En pocas palabras, el dibujo para un diseñador es primero una herramienta al servicio del proceso de diseño y al logro de un resultado lo más ajustado, en todos sus datos, en el futuro producto real.

¿Porqué?. Por que nuestras disciplinas son de anticipación. Trabajamos diseñando para proponer “algo” que no existe aún (pieza gráfica, objeto, espacio, etc.) y en la etapa proyectual es donde estamos inmersos en una “realidad virtual” que, por supuesto, esperamos y deseamos llegue a concretarse..., a existir como aporte. Por eso, es importante que para los diseñadores el dibujo, en su virtualidad, esté comprometido con la realidad.

Para acercarnos a la ponderación del espacio albergante en el dibujo la práctica más eficaz es a través de perspectivar situaciones existentes. Enfrentarse, entender y esquematizar la estructura tridimensional apreciada en sus aspectos morfológicos y dimensionales sin interesarse por ningún detalle. La relación entre observador y espacio en un esquema susceptible de ser chequeado y corregido hasta un grado de satisfacción. Recién allí se comenzará “a vestir” la perspectiva y a dar terminaciones que incluyen objetos pertenecientes a este espacio más la caracterización y detalles generales convenientes para tal o cual modalidad expresiva.

Más adelante la reiteración en el dibujo, la experiencia me servirá... pero...

¿cómo hacer ante una realidad que será, pero que hoy, en este momento, no es y por lo tanto no veo sino que la pienso?

En mi tarea docente y con respecto a las perspectivas cónicas (sean bocetadas o resueltas con sistema) he preferido el método de “las visuales” pues es el más cercano al sistema perceptivo visual, además de tener precisión y una metodología clara y más sencilla que otros.

En el último cuatrimestre del 2000 también nos acercamos a la disponibilidad de los *perspectógrafos*. Redes espaciales moduladas que se construyen según el método mencionado antes y los podemos usar tanto para

trabajar tanto en volumetrías exteriores como para espacios interiores. Tienen la cualidad de ser polivalentes (un perspectógrafo es en realidad varios). es útil y múltiple si aplicamos correctamente un criterio geométrico-matemático. Aquí es importante señalar la importancia de dos líneas fundamentales: la línea horizontal, que dará el dato de la “altura de visión”, y la línea vertical (perpendicular a la anterior) que marcará el “desplazamiento lateral” del observador dentro de la trama espacial.

Para considerar integralmente la tarea solo resta no olvidar los límites del “ángulo de visión” del hombre (tanto en alzada como en vista aérea) que son restringidos (aprox. 30/35° y 40/45° respectivamente) y que nos dará el encuadre de aquello que vemos... que vemos bien y “en foco”.

No podemos excederlos en ellos pues se presentarían efectos de distorsión o deformación muy pronunciados. El marco definido del campo visual es similar a un fotograma o diapositiva apaisada.

En Diseño de Interiores, y en general en Diseño, dijimos, nuestros dibujos perspectivados deberían ir, en el tiempo y evolutivamente, acercándose a situaciones reales y creíbles no solo marcando un crecimiento profesional sino también como actitud autoexigente y ética. No es poco frecuente el reproche o la crítica como: “En tu dibujo parecía más amplio... más comfortable” o “Yo esperaba algo distinto..., veo que no tengo tanto espacio”

En muchas oportunidades nos encontramos con perspectivas interiores que pueden estar bien resueltas pero que son *imposibles* pues están planteadas “desde afuera” ignorando por ejemplo una pared, otras veces son *posibles* pero se las presenta como cortes perspectivados y dan una apreciación perceptiva falsa pues un corte es, en dibujo, operativamente una operación intelectual y no real. Tendría, quizás, el mérito de mostrar detalles constructivos.

Invención quiere decir generar una idea, desarrollarla y ponerla en ejecución. La creatividad es el paso inicial de una invención. Hoy sigue siendo vista como una facultad humana que escasea, misteriosamente conferida a una minoría. Pero toda persona provista de una aptitud funcional normal posee capacidad para crear, en grados distintos, por supuesto, y en áreas circunscriptas.

Aproximación al mercado laboral. Desde las instituciones a los profesionales.

María Alejandra Cristofani

Este proyecto de investigación constituye una posibilidad orientada, mediante un proceso creativo y sistemático, a que el estudiante se acerque a la realidad del mercado

profesional de su propia carrera, conozca algunas instituciones y canalice sus percepciones sobre la profesión a partir del conocimiento de los profesionales en actividad.

La concreción de una *base de datos*, con los rasgos más salientes del mercado laboral, a nivel Facultad constituye el objetivo mediato, que permitirá acompañar al alumno en el desarrollo de su carrera profesional pudiendo contar con información actualizada sobre las demandas profesionales de cada mercado. Es decir darle al alumno, docentes y directivos académicos la información sobre los caminos en que se va desarrollando la práctica profesional cotidiana.

Esta base de datos permitirá, entre otras cosas, realizar programas para ayudarle al alumno en su capacitación laboral y permitirá la modificación y actualización de programas

El proyecto consistió en la aproximación de los alumnos a lo que será el mercado profesional en el que se desenvolverán en el futuro a través de visitas a diferentes Instituciones del quehacer profesional para investigar sus funciones e intervención en el mercado profesional.

La segunda etapa consistió en un trabajo cualitativo a través de entrevistas que los alumnos realizaban a diferentes profesionales en actividad.

Conclusiones del trabajo

En función a la información recopilada, inferir que los empresarios y/o profesionales en actividad actualmente consideran que los futuros profesionales deberían contar con los siguientes elementos, características y conocimientos para insertarse con éxito en el mundo profesional futuro. Hasta el momento la investigación realizada ha dado el siguiente perfil en la constitución de los requisitos para la inserción laboral:

- Interacciones humanas
- Espíritu empresarial
- Creatividad
- Capacidad de atención al cliente
- Decisión y negociación
- Oratoria
- Conocimiento nuevas tecnologías (Internet)
- Manejo de maquinarias, materiales y conocimiento de proveedores
- Conocimiento de otros mercados
- Antecedentes en la realización de pasantías
- Cursos de postgrado
- Contacto con la realidad laboral
- Idiomas
- Cultura General
- Sensibilidad
- Versatilidad

Guía bibliográfica de medios de comunicación gráficos.

Marta Del Pino

Que un futuro profesional del área de las comunicaciones deba poseer profundos conocimientos sobre los medios de comunicación masivos de su país es una verdad reiterada pero no muy implementada. Como docente de la disciplina, considero que un profesional que carezca de ellos verá frustrado cualquier intento de comunicación eficaz y trabajará a tientas en la oscuridad.

Investigar y descubrir la dinámica de los medios masivos de comunicación facilitará al profesional la discrecionalidad necesaria para el apropiado uso de los mismos como herramienta comunicacional y le proveerá un rico campo para desarrollar su espíritu crítico, analítico y de investigación.

La idea de este proyecto ha sido realizar una “Guía bibliográfica sobre medios de comunicación gráficos” contemplando los siguientes aspectos : historia, ideología y líneas editoriales, estructura organizativa, operatoria, diseño, estrategias de posicionamiento y comercialización, criterios de selección de noticias, suplementos y/o secciones, periodistas y líderes de opinión, monopolios mediáticos, diversificación de medios y sectorialización, la relación entre los medios gráficos y el poder político y entre los medios gráficos y las empresas, entre otros tópicos que fueron surgiendo a partir del desarrollo del trabajo.

Se está realizando un relevamiento de todo aquel material bibliográfico relacionado con el tema, aportando un breve resumen explicativo de cada libro.

Se considera a ésta como una experiencia que ilumina desde estos ángulos :

a)El aporte pedagógico, ya que establece una guía a la cual el alumnado podrá recurrir facilitándose así sus investigaciones.

b)La contribución al desarrollo del estudio de las comunicaciones de masa, ya que los avances obtenidos fortalecerán al incremento del conocimiento y el ordenamiento sobre la materia.

Carrera de Locución.

Laura Denegri

Actualmente sólo una institución otorga el Título habilitante de Locutor Nacional: el Instituto Superior de Enseñanza de Radiodifusión (I.S.E.R.). Este Instituto