

Relevamiento terminológico e institucional en diseño y comunicación

Ana Cecilia Arroyo

1.

Como insertar el proyecto de relevamiento terminológico, dentro del programa de la materia, Objetivos y conclusiones de la experiencia desarrollada.

Estas conclusiones fueron presentadas anteriormente, con las correspondientes experiencias. La propuesta a desarrollar en las jornadas, es compartir y comentar acerca de dichas experiencias, sus objetivos específicos, la metodología adoptada, las dificultades, los logros y conclusiones del caso en cada una de las experiencias, los diferentes enfoques, según el grupo y como se insertó el proyecto dentro de un programa específico de la disciplina.

Objetivos Generales del proyecto en el aula:

Realizar un relevamiento y registro de los términos teóricos, de los léxicos y de las instituciones que constituyen las áreas del diseño y las comunicaciones.

Objetivos y fundamentación personal de la importancia del proyecto:

Siguiendo la consigna establecida para el relevamiento de términos, el trabajo propuesto a los alumnos parte de una serie de términos relevantes para la disciplina.

Algunos de los términos elegidos, además, permiten un abordaje distinto desde distintas áreas, lo que resulta en distintas acepciones o alcances del término en cuestión.

Sin embargo, a pesar de estos distintos abordajes y acepciones, ninguno de ellos deja de ser pertinente al diseño y la comunicación, un ejemplo clásico, puede ser "marca", que es susceptible de tener una perspectiva distinta desde el derecho o desde el marketing, y ambas distintas a la que piensa el diseño.

Sin perjuicio de las consignas establecidas para el relevamiento, la consigna se propone a los alumnos como una forma de descubrir las distintas expresiones de una única acepción, si acaso el término tuviera un sentido unívoco, lo que busca enriquecer la capacidad de expresión. También, busca ser una invitación a un enfoque interdisciplinario, lo que procura ampliar la capacidad de enfocar un tema.

Finalmente, considero que el relevamiento terminológico, para cumplir con su función de organizador conceptual del conocimiento, debe complementarse con una elaboración de relaciones entre términos: términos preferidos, relaciones entre términos genéricos y específicos, relaciones con términos vinculados ("véase también"), lo que puede confeccionarse con la cooperación de documentalistas.

Metodología de trabajo:

Siguiendo las consignas de sistematización del relevamiento, se efectuó el mismo a través de las fichas metodológicas asignadas.

Se les entregó a modo de ejemplo un término debidamente relevado y con la presentación correspondiente.

Los términos a relevar fueron seleccionados por el docente a cargo, en función de la importancia y pertinencia al área de estudio o afines, como también su correspondencia al nivel del grupo en cuestión, (primer año de la carrera). **Permitiendo una inserción más flexible del proyecto en el programa original**

2.

- El período de tiempo asignado al desarrollo del proyecto fue de aproximadamente 6 clases.
- El relevamiento se realizó en forma individual, a cada uno se le asignaba un término, al que le correspondía realizar tres relevamientos.
- Se les proporcionó un listado de bibliografía básica, como punto de partida hacia un tipo de búsqueda más específica. Esta bibliografía fue la utilizada en el desarrollo de los temas vistos en el programa de la asignatura, no siendo ésta una limitante sino sólo un punto de partida de manejo familiar para insertarse al proyecto.
- Se los orientó en la necesidad de la búsqueda de bibliografía perteneciente a otras disciplinas o fuentes no relacionadas estrechamente con la materia, para poder cumplimentar los objetivos antes expuestos, de obtener diferentes visiones o puntos de vistas sobre iguales conceptos.
- Posterior recopilación de las fichas, análisis de la experiencia y las conclusiones correspondientes.

Listado de terminología propuesta

Comunicación	Diseño	Mensaje
Semántica	Connotación	Sistema
Equilibrio	Simetría	Abstracción
Representación	Marca	Identidad
Consumidor	Usuario	Receptor
Icono	Método	Percepción
Lenguaje	Composición	Estructura
Retórica	Denotación	Medio
Signo	Símbolo	Sintaxis
Concepto		

Cada uno de estos términos fue seleccionado por su relevancia dentro de la materia, y fueron debidamente desarrollados, en forma progresiva, en las unidades correspondientes al programa de estudio. Dichos términos aúnan diferentes conceptos que tienen que ver tanto con lo general en la comunicación como con aspectos puntuales sobre el lenguaje y formas de expresión visual.

Conclusiones: 1° experiencia - 1° cuatrimestre 2001: Publicidad

Analizando la bibliografía utilizada para desarrollar el proyecto, las fuentes pertenecen a diferentes áreas, tales como el marketing, la publicidad, el diseño gráfico, o la lingüística. Los resultados fueron tan variados como enriquecedores.

En general, se observaron las siguientes tendencias:

- Las búsquedas se abren hacia diferentes enfoques o puntos de vista, -aunque siempre manteniendo el objetivo propuesto.
- Las búsquedas se nutren de múltiples concepciones, originadas en áreas y disciplinas diversas, que van desde lo ampliamente teórico, hasta aquella sumamente acotada y puntual.

3.

Como ejemplo de la primera tendencia, en el relevamiento del término "marca": en este caso las fuentes bibliográficas pertenecían al área de la publicidad y el marketing, se encontraron distintas formas de expresión de una misma idea, y que en definitiva la definían de igual forma ("que es"). Pero, en algunos casos, la definición se extendía hacia conceptos netamente gráficos ("como es"), y en otros, hacia ideas de comercialización, posicionamiento, estrategias de venta ("para que").

La conclusión a la que debería arribar el alumno es una visión no contradictoria y abarcativa de lo que es una estrategia de Marca. Por lo tanto, los objetivos del relevamiento estarían cumplidos.

Como muestra de la segunda, tenemos el trabajo realizado sobre el término "diseño"; el enfoque de la búsqueda se desarrolló desde distintas áreas: Psicología, comunicación, lingüística, diseño, etc. Este enfoque, amplio y general desde su origen, llegó a abarcar conceptos que no son de manejo diario en la asignatura, pero que a mi entender nos permiten ampliar no solo el área de conocimiento de la misma, sino también un enriquecimiento conceptual que, a la hora de plasmar o proyectar una idea, brinda un espectro teórico mucho más amplio para concebirla.

Entre los objetivos particulares del proyecto se planteaba la función de organizador conceptual del conocimiento: si bien el trabajo desarrollado por los alumnos no alcanzó a trazar relaciones conceptuales o de complementación de información, (tarea que excedían la consigna básica del relevamiento), el tipo de método propuesto para el relevamiento les ha brindado una experiencia básica para este tipo de desarrollos. Otro aspecto interesante es la incorporación de un manejo más fluido de la terminología relacionada a la profesión, y una forma de expresar ideas más cercanas a la de un verdadero profesional.

Quizá pecando de pretencioso, el proyecto pretende iniciar a los alumnos en una apertura de pensamiento, un aprender a percibir otras visiones y hacerlas propias, adaptándolas a las necesidades específicas de la disciplina: cuanto más abiertos y receptivos a otras ideas sean, más ricos y valiosos serán como futuros profesionales.

Como conclusión, desde la incorporación del proyecto a la currícula, cabe destacar las limitaciones debido al nivel en el que se realizó (1° año 1° cuatrimestre) donde el alumno, es reacio a la incorporación de la lectura, o la teoría en forma pura, el acceso a la bibliografía es más limitado desde el desconocimiento de fuentes alternativas a la otorgada, hasta el desconocimiento en técnicas de búsqueda y falta de criterio en la selección de la información, como también para el uso de nuevas tecnologías (Internet). Haciendo foco

en la información obtenida en internet, sería conveniente enseñar a saber discernir entre el caudal de información.

El alumno debe llegar a la conclusión que todos podemos compartir, de que en la actualidad el problema no es el acceso a la información, sino el manejo de esa información: la diferencia está en el uso que hagamos de ella.

El nivel de motivación o compromiso por parte del alumno con el proyecto no logró ser el deseado, pero sí el esperado, por las características como expresarse anteriormente del nivel.

Todos estos aspectos son puntos de partida para un replanteo futuro en una nueva incorporación del proyecto en el aula, pensando en propuestas alternativas que solucionen estos aspectos.

4.

Conclusiones: 2º experiencia – 2º cuatrimestre 2001

Diseño Gráfico - Publicidad- Diseño Industrial

Analizando la bibliografía utilizada para desarrollar el proyecto, las fuentes pertenecen a diferentes áreas, tales como el marketing, la publicidad, filosofía, Ciencias Políticas, comunicación, Derecho, Diseño gráfico, o la lingüística. Los resultados fueron tan variados como enriquecedores.

En general, se observaron al igual que en la primera experiencia las siguientes tendencias:

- Las búsquedas se abren hacia diferentes enfoques o puntos de vista, -aunque siempre manteniendo el objetivo propuesto.
- Las búsquedas se nutren de múltiples concepciones, originadas en áreas y disciplinas diversas, que van desde lo ampliamente teórico, hasta aquella sumamente acotada y puntual.

En esta segunda propuesta de relevamiento terminológico, aplicando un proyecto en el aula, la experiencia fue tanto más enriquecedora para el alumno de este segundo cuatrimestre, como participativa y analizada su intención.

La incorporación al programa, fue más fluida y la búsqueda más activa y coordinada por el taller.

Se pudo hacer un cierre de la misma más consciente y analítico, permitiendo acceder al verdadero sentido del proyecto, ya explicado anteriormente.

El grupo en particular, fue más responsable en su búsqueda, permitiendo un trabajo más afinado.

La presencia de tres disciplinas diferentes, en el mismo taller (Diseño Gráfico - Diseño Industrial y Publicidad), permitió una propuesta más heterogénea, cada una de ellas posibilitando un mayor acercamiento a sus inquietudes profesionales.

El grupo en su mayoría fue muy responsable en su compromiso con la materia, lo que facilitó un control sobre la experiencia y una extracción de conclusiones más versátil.

Cabe un ejemplo extraído del mismo proyecto, mostrando un abordaje desde diferentes áreas: Diseño-arte y Filosofía; Buscando el hilo conductor que nos permite relacionar las acepciones del término, encontrando en cada una de estas áreas la adaptación del término desde un contenido más general hasta particularizar la idea; a mi entender permitiendo al alumno conceptualizar acabadamente el término otorgado.

Se presentará, durante la jornada, una selección de tres relevamientos diferentes, con enfoques diversos, como muestra del trabajo realizado por los alumnos, en función de los cuales, partió esta presentación.

Trayendo ideas. Dinamizando el mercado local de la moda

Eugenia Aryan

Es inevitable pensar o creer que cuando uno viaja, se topará con nuevos conceptos o ideas en un intento, quizás, por descubrir el "secreto de la creación" con una mirada firme hacia donde se "cuelen" las ideas, donde el arte nace con el corazón, el genio, el carácter y la pasión.

Nace, por otro lado, la incertidumbre. Aquel fantasma que por momentos, disfrazado de ambivalencia, se