

Metodológicamente se llevó a cabo una investigación exploratoria que aportara datos acerca del estado del arte (lo que se viene publicando en los últimos cinco años) con referencia exclusiva a las marcas nacionales, abarcando denominaciones de productos/servicios y marcas institucionales, el motivo de este encuadre metodológico fue la poca información previa acerca de las marcas nacionales.

Las marcas relevadas en esta primera etapa fueron: Aceite Cocinero, Bodegas Norton, Molinos, Supermercados Coto, Bonafide, Alfajores Guaymallén, Té Taragüí, Bic, Diosa Tropical, Quilmes, Cindor, Fargo, Banco Río, Banco Galicia, YPF, Sancor, Arcor.

La implementación del trabajo de campo: Los alumnos trabajarán con una ficha guía, que sistematizará la posterior consulta del material por quienes estén interesados en analizar las consecuencias de los cambios en la imagen y comunicación de dichas marcas

Las técnicas usadas: Investigación cualitativa de fuentes secundarias (revistas, diarios, internet, etc.)  
El trabajo de campo se hizo entre los meses de Agosto a Octubre del año 2001

## Creatividad en bien público

**Adrián Candelmi**

“Cuando la creatividad hace el bien, mirando a quien”.

La Facultad de Diseño y Comunicación plantea que “a quienes la conformamos, nos atañe asumir un papel protagónico en la realidad actual, en la búsqueda y formalización de criterios de enseñanza novedosos, en la producción de conocimientos, interactuando en forma dinámica en beneficio de la sociedad donde se encuentra inserta”.

Estas, desde ya, son premisas fundamentales en el contenido y desarrollo de la asignatura “Campañas Publicitarias de Bien Público”, que se dicta bajo ese nombre desde hace más de dos años (anteriormente, Taller de Producción Publicitaria IV) en el tercer año de la Licenciatura en Publicidad y que trabaja específicamente con la relación directa del alumno y la problemática social actual de nuestro país.

Lamentablemente, la creciente precarización de las condiciones de vida en la Argentina nos acerca a un panorama bastante desalentador. Pero es aquí donde aparecen los rasgos más rescatables del ser nacional, traducidos en el espíritu solidario que motiva la creación de innumerables instituciones de Bien Público. Las mismas trabajan generalmente “a pulmón”, careciendo, en muchos casos, de recursos, de estrategias y de campañas adecuadas para difundir sus mensajes y su accionar.

Durante la cursada se investiga, se analiza, se propone, se discute. Se mezclan los conocimientos teóricos, con la audacia y la objetividad. Y ante ciertas realidades, se abren los ojos y se siente, se piensa, se diseña y se crean campañas de otra manera. Con el corazón.

## La tecnología y el diseño

**Eugenia Carlesi y Valeria Scalise**

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 la computadora todavía los domina a ellos. Pero en niveles profesionales de diseño el uso de un medio digital es imprescindible, la tecnología gráfica evolucionó y evoluciona hoy día a pasos acelerados, y es imprescindible para el profesional no

desactualizarse.

Sin embargo no debemos olvidar las técnicas manuales y la realización artesanal de los bocetos. 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.

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 en realizar el trabajo, nunca llegará a ser perfecto y reproducirse siempre de la misma manera.

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.

## Compromiso y libertad en el dibujo proyectual

*Julio Centeno*

Siempre que enfrentamos las situaciones de corrección o consideraciones sobre un diseño de alumno y en sus primeros pasos de definición nos surge reiteradamente una pregunta interior: «¿Las intenciones y los conceptos que me transmite oralmente el alumno, fruto de la combinatoria resultante de su sensibilidad más su cultura del diseño (sea incipiente o más vasta) con el entendimiento del tema en sí, y lo que propone en ese momento, que simultáneamente muestra, estructura lo que se entiende como *un discurso coherente?*

Inmediatamente, y es ineludible, hablamos sobre ello... **la coherencia** del discurso en el diseño: lo que pienso, lo que digo y lo que hago deben formar una unidad medianamente entendible y posible para luego pasar a otro tipo de trabajo, el de mejoramiento, optimización y hasta el pulido... pero entonces ya vamos buscando ajustar el discurso proyectual y asegurar una buena y segura relación con el futuro «lector» ó usuario de la propuesta (sea gráfica, industrial ó de ámbitos).

Muchas veces surgen ó quedan expuestas algunas debilidades conceptuales y centramos la charla en esa debilidad, pero peligrosamente muchas más veces el problema que se presenta es una mala o al menos incorrecta «bajada» en imágenes de la idea que quiere abrirse paso *«para ser»*.

Las consideraciones que haré en estas Jornadas de Reflexión serán acerca del rol que el **dibujo** juega o debería jugar como herramienta en toda actividad de proyectación buscando acotar las características del mismo. Al tiempo se puntualizarán las múltiples funciones que este particular medio de expresión tiene tanto en la formación y desarrollo profesional-cultural como en toda la respuesta de nuestros trabajos.

Se tratará de dar un marco amplio e integrador que señalará los compromisos, diferenciándolo de *otros dibujos* para rejerarquizar concientemente la idoneidad en la profesión y entrever las libertades y calidades que nos puede llegar a dar en la creación y en las mismas soluciones-propuestas que damos.