

resultados si bien no nulos, por lo menos mediocres.

La instancia de Taller III donde la puesta en página es la protagonista, genera un aumento en la dificultades de aprendizaje llevando al alumno a entender que no solo es texto en la hoja, sino como ella convive con los espacios que la componen, el libro como primer abordaje profundo, tiene como espíritu el diseño editorial sistematizado. En Taller IV se tiene como eje el diseño de revistas, la puesta en página dinámica, la ruptura de moldes de mercado y el intento de la exploración y experimentación de los productos editoriales. Si bien es la instancia más libre del proceso es donde se perciben los resultados con mayor rigidez. Estas tres etapas conllevan en sí mismas un encadenamiento tanto de contenidos como de procesos de aprendizajes que son vitales conservar.

La heterogeneidad

Es llamativo en los últimos años la afluencia a los talleres de alumnos con marcadas procedencias, la posibilidad de tomar materias electivas, el concepto de los estudios combinados, el acceso al taller de editorial desde distintas carreras de la facultad generan en la metodología de aprendizaje rupturas conceptuales por la propia y a veces inadecuada carga de conocimientos con la que llegan. Aun no se ha hecho manifiesta con suficiente claridad la calidad de los productos, como resultado del proceso cognitivo, pero no caben dudas de las enormes dificultades de casos particulares en los que determinados alumnos descubren casi con inocencia el absoluto desconocimiento del tema y la falta de información a la hora de cursar uno de los talleres. El sistema de correlatividades debería ajustarse en ese sentido, permitiendo o no la cursada del taller en función de conocimientos previos. Lo heterogéneo del universo de alumnos reclama una atención más específica de los casos pormenorizados, dando la chance de integrarlos rápidamente y no obstante ello, no perjudicar el rendimiento de los que arriban de los talleres verticales.

A modo de cierre

No hay duda de la importancia de los talleres de editorial dentro de la carrera de Diseño, no escapa a nadie que el diseño editorial es una de las salidas laborales más comunes en el mercado profesional y como docentes nos obliga a trabajar con mayor responsabilidad en ese sentido.

Pero también es cierto que es necesario ajustar los mecanismos para la conformación de los cursos, con el claro objetivo de que los estudiantes puedan sentirse contenidos por el marco académico y exploren las dimensiones reales con un sentido útil y práctico.

Educar al soberano. La problemática del diseño gráfico en el contexto del mercado local.

Marcelo Daniel Ghio

Dentro de la llamada "industria de la comunicación", el diseño gráfico ocupa un espacio nada despreciable, con una enorme cantidad de profesionales dedicados a un oficio de larga data en nuestro país. Grandes nombres del diseño gráfico argentino fueron y siguen siendo reconocidos en el mundo debido a su alta competitividad y capacidad profesional.

Sin embargo, las posibilidades de desarrollar este oficio en nuestro suelo es, para las viejas y nuevas generaciones, una tarea ardua y poco reconocida. Situación que se manifiesta no sólo por la ausencia de una producción nacional que requiera la intervención de un profesional diseñador, sino también por la falta de conocimiento acerca de las incumbencias de la profesión en una gran cantidad de comitentes (potenciales clientes), quienes muchas veces terminan eligiendo interlocutores poco aptos para llevar adelante una exitosa estrategia comunicacional.

Por otra parte, muchas empresas argentinas han contratado en los últimos años estudios de diseño extranjeros para el desarrollo de sus sistemas de identidad visual. Y como consecuencia de esto, el nivel de participación (y evolución) del diseño local ha ido en franca disminución.

Se parte muchas veces de verdades mentirosas, justificando la necesidad de contratar un interlocutor de experiencia internacional en el campo del diseño, por ser probablemente el único capaz de entender el nuevo contexto global, y así producir imágenes visuales competitivas. Criterio absolutamente falso.

Se podría considerar, tal vez, que el nudo del problema se centre en la ausencia de un discurso clarificador, que parta desde la comunidad del diseño en dirección a la totalidad de los receptores (usuarios, clientes o comitentes) de su actividad. La indefinición del rol y las incumbencias de la profesión, terminan entonces por ubicar a la actividad en la nebulosa orilla del gasto superfluo, alejándola de su rol estratégico y dinamizador para la economía. La idea de invertir de manera ordenada en un sistema de comunicación visual capaz de dar respuestas a las necesidades de los distintos comitentes, termina siendo muchas veces un “costo agregado” que se contradice con la idea fundamental del diseño como proveedor de “valor agregado” a productos o servicios.

La tarea de educar al soberano se convierte de este modo, en una necesidad estratégica de la profesión. El futuro de los diseñadores y su oficio dependerá de la propia capacidad de los actores para comunicarse con el contexto social, cultural y económico al que pertenecen

Guía de recursos para diseñadores web

Mariano Gimenez

A menudo, los diseñadores, a la hora de producir en la práctica los proyectos web que concebimos en etapas anteriores (organización, jerarquización, clasificación, planificación, etc.) nos encontramos con limitaciones técnicas, o acotados en el abanico estético, o simplemente no contamos con recursos. Este obstáculo, muchas veces reiterado, es el que nos motivó a desarrollar una guía de recursos, tutoriales y galerías comentados y clasificados según estos criterios. Este compilado, tiene como objeto, poner en las manos del diseñador web, una consistente cantidad de tutoriales conteniendo trucos y consejos de quienes van varios pasos adelante o, simplemente han reiterado varias veces, las experiencias que otros estamos comenzando, además galerías de diseñadores de vanguardia, los cuales muchas veces sirven para inspirar recreaciones o disparar nuevas

ideas, a partir del conocimiento de lo que ya se hizo. Además, un sector especial dedicado exclusivamente a aplicaciones y recursos para potenciar la funcionalidad, la didáctica, tipografías, imágenes y tecnologías, clasificadas y comentadas.

Considerando las inmensas dimensiones de esta Red que día a día crece, esta guía es sólo el puntapié inicial para introducirse en los mecanismos de búsqueda y obtención de recursos que potencian nuestras posibilidades de crear mejores (desde todo punto de vista) sitios web.

Heterogeneidad y productividad en el aula

Marcela Gómez Kodela

“Cuando participo en un proyecto grupal, mi proyecto individual se enriquece y se vuelve más interesante.”

La idea surge como respuesta a un hecho efectivo: las dificultades en torno a la enseñanza de las materias Comunicación Universitaria y Comunicación Oral y Escrita.

En términos generales, aquellas comisiones completamente homogéneas en cuanto a la elección de la carrera o el nivel alcanzado por los alumnos (primero o segundo año), resultaban sumamente resistentes al aprendizaje, mostraban pocas inquietudes y una participación pobre.

En la entrega de trabajos prácticos se denotaba escasa producción y complicaciones a la hora de aplicar los conceptos ardua y repetidamente trabajados en clase.

La sensación de “forzamiento” e insistencia de mi parte llegó a ser en varios momentos frustrante y agotadora, despertando serias inquietudes en lo referente a mi propia capacidad como docente.