

En principio, el diseñador industrial sabe que cada línea de dibujo que define la forma de su nuevo producto, está asociada a una determinada materialización, es decir a determinados materiales y procesos. Esta relación entre forma y realización da una clara idea del control que el diseñador posee sobre el proyecto.

Entendida la necesidad de un adecuado conocimiento tecnológico, el planteo es definir qué contenidos deben formar parte del «botiquín de emergencias del Diseñador Industrial».

Generalmente las materias relacionadas con la Tecnología, están encomendadas a profesionales de la Ingeniería, que en general reciben en su formación, una profusa información teórica sobre máquinas, mecanismos, materiales, procesos, etc.

Toda esta teoría será utilizada por aquellos ingenieros que se dediquen específicamente al cálculo y la fabricación de maquinarias, o a la operación y preparación de las mismas.

Nos preguntamos si en la formación del Diseñador Industrial el enfoque no debería ser distinto que en la formación de los Ingenieros. Si así no fuera se estaría dificultando el, llamémoslo así, «vínculo» entre forma y tecnología.

El diseñador a nuestro entender debe conocer las máquinas y herramientas, sus posibilidades, los diferentes materiales, pero no los detalles de funcionamiento propios de los especialistas. De esta manera tal vez la enseñanza de la tecnología se volvería más «accesible» para los futuros diseñadores. Y esta es la búsqueda que emprendimos en este segundo cuatrimestre junto a los alumnos, y que seguiremos profundizando en el futuro.

Experiencias realizadas

En principio realizamos varias visitas a fábricas de diferentes especialidades o rubros, de manera de conocer directamente la problemática productiva.

Incluimos también una visita a un importante Escuela Industrial especializada en la enseñanza de máquinas CNC (control numérico).

Fue notable el interés demostrado por los alumnos, manifestado en la asistencia de todos, por la atención prestada, por la calidad de los informes presentados, por el pedido de continuar con esta modalidad. En algunos casos la elección de la empresa a visitar era sugerida o buscada por los mismos alumnos.

Si bien estas visitas son realmente «jugosas», realizar en un cuatrimestre más de 3-4 visitas es difícil, pensando en la necesidad de cumplir con los contenidos del programa y los trabajos prácticos programados.

El programa de «Materiales y procesos I», básicamente trata sobre el conocimiento de las máquinas y herramientas (agujereadoras, tornos, liadoras, fresadoras, rectificadoras, etc.) que son comunes aún en empresas metalúrgicas pequeñas y medianas. Por ello propusimos a los alumnos la realización de un trabajo práctico de investigación de una determinada familia de máquinas. Contaron para ello con bibliografía suministrada por la cátedra.

Organizados en grupos deberían visitar a una empresa, conocer la maquinaria y sus herramientas, variantes de las mismas, ejemplos de piezas, etc.

La asignación de los temas dio en principio lugar al despliegue de una serie de «miedos básicos», manifestados por los alumnos con expresiones del tipo: «Vivo en un barrio residencial donde no hay ninguna fábrica», «No me animo a llamar a una fábrica desconocida, temo ser rechazada/o», etc.

Los resultados de la visita, organizados en multimedia fueron presentados en fecha convenida al resto de la clase, con espacio para preguntas y aclaraciones de la cátedra en los casos necesarios.

El informe de cada grupo formará parte de la carpeta de TP de cada uno de los alumnos. Los CDs de cada uno de los grupos quedan en la cátedra para que los puedan ver y estudiar los futuros alumnos.

Conclusiones

La riqueza de los trabajos, la calidad de las presentaciones, el interés de los alumnos, superó las expectativas y demostró que es probable una enseñanza de tecnología más amigable y participativa.

Evidenció también una conflictiva que da para ser profundizada en futuros trabajos, que es la relación del estudiante de diseño/diseñador con los industriales. En general los alumnos fueron muy bien recibidos y pudieron visitar los establecimientos, fotografiar y preguntar todo lo que necesitaban.

Los empresarios se muestran orgullosos de hacer conocer «su obra», que es su propia empresa, vocación y modo de vida en la mayoría de los casos.

Queda como incógnita porque se habla de una rivalidad entre empresarios y diseñadores industriales. Una forma de eliminarla, tal vez, sería el insistir en la modalidad de realización del trabajo práctico planteado.

Trabajos prácticos finales en la carrera de relaciones públicas.

Carlos Raúl Castro Zuñeda

Es de práctica corriente en las cursadas de las materias troncales de la carrera de Relaciones Públicas de nuestra Facultad, que las mismas concluyan con la presentación por parte de los alumnos del denominado Trabajo Práctico Final.

Es habitual que el mismo sea una campaña de relaciones públicas para grandes empresas, o el análisis de situaciones de crisis; la temática se reitera cuando los alumnos del último año deben presentar su Trabajo Final de Grado.

Sea por las limitaciones de tiempo que impone el desarrollo de materias en no más de doce clases, de las cuales dos se corresponden a sendos parciales, o por una tendencia a la comodidad y al facilismo de docentes y alumnos, lo cierto es que en la mayoría de los casos, los TPF se caracterizan por su falta de contenido, o de profundidad en el desarrollo del mismo, dando como resultado trabajos anodinos, aburridos que no contribuyen en absoluto a la evolución de nuestra carrera y mucho menos a la de los cursantes.

Esta autocrítica que realizo me lleva a considerar que el cuerpo docente debería pensar o repensar, en reuniones periódicas, un corpus coherente de temas que iniciados en una asignatura sean tratados lateralmente y verticalmente en otras, dándole al alumno la oportunidad de profundizar su estudio sobre el issue asignado.

Estos en falta en un asunto que hoy es considerado parte integrante de las tareas curriculares de una Universidad, la investigación.

Un prestigioso y a la vez discutido teórico de las comunicaciones, Marshall McLuhan, decía que estaba más intrigado por la pregunta adecuadamente hecha que por la respuesta adecuadamente dada. Es aquí donde los docentes de la especialidad deberían poner énfasis cuando solicitamos los TPF. Debemos proponer no el exclusivo análisis de las conductas comunicacionales de las organizaciones, sino el ahondar en la indagación cualitativa, sistemática de la información de base, de la información recogida en trabajo de campo, en la bibliografía -que por supuesto debe ser actualizada- y de esa fuente impresionante que nos brinda Internet.

Investigar situaciones, formas de trabajo, descubrimientos relacionados con las comunicaciones y particularmente con las Relaciones Públicas, de eso se trata la propuesta de TPF sugerido por la cátedra.

El profesor John Pavlik, justamente en su libro «La Investigación en las Relaciones Públicas», (Gestión 2000), dice queremos que la investigación nos cuente el proceso de las relaciones públicas, que nos diga lo que funcionará y lo que no; ... permitirá comprender la naturaleza exacta, el efecto y la función de las relaciones públicas en nuestra sociedad y en el mundo... comprender los estándares y la ética de los profesionales de relaciones públicas. El objetivo general, agrega, es legitimar la práctica de las relaciones públicas convirtiéndola en una profesión de pleno derecho.

Los científicos sociales sugieren tres objetivos principales para la investigación: la descripción, la explicación y la predicción. La primera, investigación descriptiva, hace referencia a lo que está sucediendo o a las características de algo o alguien; la investigación explicativa nos cuenta el porqué sucede algo, cuáles son sus causas y sus efectos; la de pronóstico nos permite conocer que sucederá o es probable que suceda si hacemos o no hacemos algo.

La investigación en suma, nos permitirá aumentar el conocimiento y la comprensión de nuestra profesión, a partir de su historia, de su presente y de su devenir.

Debemos entonces los docentes de la especialidad proponernos firme y claro, como objetivo de los próximos años, intensificar el trabajo de investigación, por parte de nuestros alumnos, como una forma concreta de mejorar su desempeño cuando les toque ejercer una profesión dinámica y comprometida con la sociedad, como las relaciones públicas.

Intentando cumplir con esta premisa, el docente propuso para la cátedra de Opinión Pública y Comunicación Política a su cargo el siguiente tema: el Cacerolazo como manifestación de la opinión pública.

Objetivo

Determinar las características del fenómeno.

Evaluar la influencia de los medios y soportes de comunicación en su realización. Tratamiento que le dieron.

Técnica de investigación:

Descriptiva - Explicativa.

Análisis de contenido de medios periodísticos.

Análisis del marco teórico a partir de la bibliografía propuesta *La dictadura de la opinión pública*. Minc. Textos de Noelle Neumann y Habermas

Trabajo de campo

Al finalizar el trabajo se pudo advertir el interés despertado por el mismo en los alumnos y la profundidad puesta, particularmente en la aplicación de la teoría estudiada durante la cursada y en el trabajo de campo, que resultó enriquecedor para el contenido del programa de la asignatura.

El trabajo de investigación como un «practicum reflexivo».

Ana Gabriela Chas

Una parte importante de lo que un estudiante que inicia una práctica como la del diseño necesita aprender, no puede ser comprendida por este, ante de que empiece a diseñar.

Debe empezar a diseñar , a fin de aprender a diseñar

La confusión y el misterio reina en las primeras fases de un taller de diseño o de un «practicum reflexivo» cualquiera. A través del diálogo entre tutor y alumno se adopta la forma de una reflexión en la acción recíproca. El alumno reflexiona acerca de lo que oye decir al tutor o lo que le ve hacer, y reflexiona también sobre el conocimiento en la acción de su propia ejecución. Y el tutor, a su vez, se pregunta lo que el estudiante revela en cuanto a conocimiento, ignorancia o dificultades y piensa en las respuestas más apropiadas para ayudarlo mejor.

Para verificar esta hipótesis de trabajo, se dispuso de un trabajo de investigación. El proyecto se basó en la investigación del diseño corporativo de una empresa o institución y el modelo de conducta de la empresa, su forma material perceptible y específica. No solo lo que expresa la marca de la firma, sino la suma de toda forma de aspecto físico. Desde los colores de la casa, consecuentes y establecidos; hasta la escritura, la arquitectura del edificio, su organización, la vestimenta de las personas que trabajan allí. También su conducta, su presencia, su idioma, hasta su imagen perceptible y concerniente a los sentidos, para luego verlos plasmados en cada uno de los componentes de la comunicación íntegra de la empresa.

De este análisis surgió, por ejemplo, un trabajo de una alumna en particular, sobre «los bancos, su reconstrucción simbólica de prestigio y trayectoria en el imaginario social y ¿cuanto a cambiado en lo que va del año esa situación?». Y la verificación por parte de la alumna si el programa de identidad corporativa de esa firma se condice con su realidad actual y crítica, por ejemplo: atención, personal, papelería, seguridad, etc.

La experiencia se realizó en la asignatura, Taller de Comunicación I de Relaciones Públicas y Organización de Eventos. Esta mate-