

asegure la existencia de los propios límites. También surge la pregunta de porqué la necesidad de otra marca, la marca en el orillo, pareciera que las marcas originales no resultan suficientes, o no pueden ser reconocidas y es necesario a través de una inscripción en el límite de la corporalidad definir una pertenencia, un nombre. Aquí valdría la pena relacionar que sucede hoy con los agentes primarios (familia, instituciones, etc.) encargados de custodiar el pasaje de los jóvenes hacia la adultez, en tanto revelan dificultades en el sostén y hasta cierta ineficacia en el cumplimiento de sus funciones.

Pero la pregunta sigue en pie. Rescato por ello, la posibilidad de reflexionar sobre una práctica que, en tanto moda y en tanto signo o como algunos autores señalan, en tanto comunicación, permita pensar en múltiples sentidos que acarrea. A su vez, pensar sobre las nuevas significaciones que produce esta práctica, focalizarla como una instancia que nos rescata del vaciamiento de sentido, operación ésta que amenaza con alienar nuestra existencia.

Terminología.

Diana Berschadsky

En el año 2001 hemos comenzado a trabajar en un nuevo proyecto académico que se realiza conjuntamente con los alumnos de la carrera de diseño de interiores.

Este proyecto se enmarca en el área de los llamados "Proyectos en el Aula". Dentro del mismo, los alumnos participan en una tarea de Investigación en la línea temática del Relevamiento Terminológico.

En sus comienzos efectuamos una primera recopilación de términos referidos al campo de las terminaciones de los materiales y dentro de este recorte específicamente se buscaron términos que definieran acabados de los materiales de revestimiento de uso común en el diseño los espacios interiores. Este primer ejercicio se siguió desarrollando en el transcurso de 3 cuatrimestres con el aporte de alumnos de diferentes comisiones. Una vez que logramos una gran cantidad de términos dentro del recorte detallados pasamos a ampliar la búsqueda incluyendo otros vocablos que definieran aspectos de las terminaciones de los materiales pero ahora desde el punto de vista de las formas que estas pueden adoptar.

Teniendo ya una gran cantidad de expresiones que definen las terminaciones, este año hemos abierto más el marco de búsqueda extendiéndonos a productos y procesos que se utilizan en la realización del mobiliario y en el diseño de los espacios interiores.

Con este proyecto se plantean varios objetivos simultáneamente:

En primer lugar nos interesa nutrir a los alumnos con el conocimiento y la aplicación de nuevos términos que son y serán de uso específico y constante en su actividad profesional. A partir del conocimiento de un nuevo término, el alumno tiene alcance a un nuevo producto o a un nuevo proceso o a una nueva forma de terminación que no conocía hasta el momento. Esto le brinda una herramienta más, ampliando así su bagaje de recursos en el momento de crear nuevos diseños.

En segundo lugar se busca fomentar la práctica de la actividad de investigación, recopilación, selección y procesamiento

de datos a partir de una consigna temática determinada.

En tercer lugar apuntamos a crear un banco de términos que nos permita a futuro elaborar un glosario lo más completo posible que contenga la mayor parte de los vocablos de uso frecuente y de aplicación en el campo del diseño de interiores.

Este cuatrimestre estamos sumando un aspecto más para el futuro glosario y consiste en la incorporación de imágenes que puedan completar y servir como elemento de mayor comunicación de significados. Este elemento gráfico, permitirá una lectura más amena y completa de los textos.

Actualmente los alumnos reciben el material recopilado en los cursos anteriores, o sea que parte de los objetivos ya se están logrando. Esto genera mayor interés y motivación en ellos para participar en esta búsqueda de terminología.

Implícitamente y a través de este proyecto podremos valorizar y afirmar la profesión del diseñador de interiores convirtiéndolo en este aspecto en un "experto" que podrá manejar con soltura, capacidad y precisión los términos que utilice en su discurso diario y que le permitirán transmitir sus ideas de proyecto y definir correctamente productos, estilos, procesos, herramientas, formas, acabados, texturas y demás características de los diseños del mobiliario y de todo aquello que interviene en el diseño de los espacios interiores.

La textura como marca de identidad.

Aldana Besana

Al mirar la mayoría de las colecciones nacionales observamos la saturación de conceptos que traslucen estas propuestas en la similitud de colores, formas, moldería, estampados, etc.

¿Cómo formar diseñadores capaces de mantener y explotar su espacio creativo insertos en este mercado? ¿Qué herramientas darles para que puedan construir su propia identidad? Estas preguntas son los disparadores que organizan las consignas de trabajo durante el cuatrimestre y el enfoque general de la materia.

Considero que la experimentación temprana con los materiales puede ser una marca registrada del creativo profesional. La polémica y tradicional oposición entre forma y contenido se reedita en la relación que se establece entre un diseño y el tejido que le dará vida. La concepción de un textil es una experiencia múltiple: todos los sentidos están involucrados y pueden ser estimulados. La piel es una frontera sensible que, a través de sus sensores, nos permite detectar y discriminar los distintos tipos de estímulos que recibe constantemente del exterior. Agarrar, tocar, manipular son actividades básicas no sólo para el desarrollo físico, sino también para el mental y afectivo del ser humano.

Los primeros pasos en la formación de un diseñador incluyen el descubrimiento y el análisis de los elementos básicos del diseño: forma, color, textura y módulo. De estos cuatro componentes esenciales, elijo centrar el trabajo sobre la textura y sus posibilidades porque me parece que ésta puede erigirse como la clave de estilo a explotar. El mercado de la indumentaria no escapa a los males que estigmatizan este tiempo: globalización, facilismo y espionaje industrial. En nuestro país lo exclusivo dura solo días; la escasa variedad

y la poca fidelidad de los proveedores «tapiza» los negocios con las mismas telas.

En distintas oportunidades, una vez esbozado el diseño, he observado que cuando los alumnos se encuentran ante el desafío de traducir el plano bidimensional al tridimensional; el dibujo a la tela, la solución que presentan desde la textura es comprar los tejidos en la oferta de los fabricantes. No se les ocurre que esa materia prima también pueda ser un espacio de creación, de expresión y de distinción. Uno de los trabajos prácticos que les planteo es el de comunicar conceptos abstractos opuestos (frío - calor; debilidad - fuerza; pesado - liviano) a través de la transformación de texturas.

El concepto de textura que manejo es el de características de una superficie. Tomamos la clasificación de visuales y táctiles. Si bien el mercado contemporáneo de la indumentaria ofrece cierta variedad en técnicas visuales como pintado a mano, estampado artesanal, teñido, entre otras; el plano táctil de la textura aún está poco explotado.

Las técnicas que los alumnos aplican a las telas para resolver los ejercicios son acordes al concepto que quieren transmitir. Queman, pegan, encolan, rompen, tiñen, cocinan, etc. Es interesante ver como se relaciona esto en el nivel simbólico porque lo que “le hacen” a los tejidos literalmente coincide con el sentido figurado a comunicar. Por ejemplo, para expresar debilidad (sentirse deshilachado, agujereado), destraman el tejido logrando una textura con huecos y extremadamente frágil, definiendo como será el producto terminado, o mejor dicho, generando el «look» del personaje - concepto.

La idea es que estos nuevos diseñadores irruman en el círculo de la indumentaria de forma determinante perfilándose con una conciencia y sensibilidad propias.

La meta-investigación en el aula como aporte al desarrollo de competencias metodológicas y críticas.

María Elsa Bettendorff

El protagonismo que la actividad de investigar ha cobrado en la Universidad contemporánea no necesita demostraciones, ya que para la mayor parte de los integrantes de las comunidades académicas tiene la fuerza de la evidencia y hasta se instala, vertical o transversalmente, en el propio diseño curricular. No suelen resultar muy claros, sin embargo, los réditos que la investigación puede otorgar tanto a los sujetos que la desarrollan como a la institución que la propicia, sobre todo en el caso de ámbitos de formación profesional en los cuales la generación de nuevos conocimientos parece remisible a la eficacia de las prácticas productivas o, más frecuentemente, deducible de la evolución de esas mismas prácticas. En ese ángulo se refugian las polémicas respecto de la “utilidad” de los proyectos de investigación.

Ante la dificultad de justificar acciones investigativas autónomas –i.e., independientes de la intervención profesional en su sentido estricto– dentro de las disciplinas o carreras a las que acabamos de aludir, creemos oportuno reseñar la experiencia que el último año, junto a la profesora Liliana

Oberti, llevamos adelante en el marco de la asignatura Metodología de la Investigación, correspondiente al segundo ciclo de las licenciaturas en Publicidad y en Relaciones Públicas dictadas por esta Facultad. Dicha reseña tendrá como propósito no sólo comunicar los objetivos, estrategias y resultados de un trabajo exploratorio concreto, sino también –y, tal vez, fatalmente– trasladar la discusión antes referida desde el difuso terreno de la opinión informal al campo más argumentado –y argumentable– de la reflexión epistemológica.

La experiencia mencionada se anota en los Proyectos en el Aula promovidos por el Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Se trató de un estudio meta-investigativo, es decir, una aproximación a las investigaciones desarrolladas por académicos, profesionales o estudiantes avanzados en torno a temas o problemas específicos de las áreas de actuación ya nombradas, desde las perspectivas de la filosofía de la ciencia, la teoría del conocimiento y, fundamentalmente, la metodología de la investigación, con el fin expreso de inferir las fases y los paradigmas subyacentes a esas investigaciones. Los previsible obstáculos para arribar a inferencias de tan ambicioso rango representaban, en realidad, el aspecto medular de la propuesta, ya que su detección apuntaría, por un lado, a activar procesos de orden metacognitivo dirigidos a revisar los andamiajes de la propia biografía educativa y, por otro, a objetivar construcciones dogmáticas relativas a los fundamentos conceptuales de las disciplinas en juego. Consideramos que detallar algunos de esos obstáculos no resultará ocioso.

El primer inconveniente para la mayoría de los alumnos involucrados en el proyecto se presentó en el umbral mismo de la meta-investigación: la búsqueda y la selección de documentos para la constitución del corpus de trabajo. ¿Qué criterios emplear para reconocer un auténtico informe de investigación? ¿Cuándo descartar textos y por qué razones? Resolver esas dudas no sólo aseguró la apropiación de las nociones básicas de la asignatura: también permitió acceder a un nivel crítico –incluso de sana desconfianza– en las habilidades de clasificación genérica y comprensión lectora; en términos más metafóricos, sortear las trampas de la obviedad. Dirimida esa cuestión, surgió inexorablemente la de la pertinencia: ¿eran los trabajos reunidos realmente afines a los intereses del campo disciplinar? Y, a continuación, la de la coherencia: ¿guardaban entre sí el vínculo temático que autorizara a describirlos como un conjunto? Esas últimas preguntas, además de servir para acotar el territorio de análisis, fueron indicativas respecto de la asunción –o mera presunción– de las propias competencias respecto de la especificidad de la futura profesión.

Aprobado el corpus, comenzaba el diseño del verdadero trabajo meta-investigativo. A partir de ese momento debía enfrentarse un nuevo obstáculo, insoslayable para la concreción del proyecto: el de la distinción entre meta-investigación e investigación-objeto. Algunas precisiones sobre este punto darán más nitidez a las dimensiones de la tarea.

Mientras la meta-investigación compromete, desde su trajinado y acusadamente posmoderno prefijo, la mirada de una suerte de metodólogo que aspira a establecer constantes y variables en el mismo acto de investigar o en el producto de