

5. Las ciudades se transformaron en la era industrial; exigió la dotación de extensas zonas industriales, de viviendas para los trabajadores, de oficinas centrales en las ciudades y de sistemas de transporte de gran capacidad.

Hoy el espacio servido electrónicamente no tiene que estar concentrado en grandes áreas contiguas, sino que pueden distribuirse realmente a través de un tejido urbano finalmente granulado. Conclusión; «en el siglo XXI, la condición de la urbanidad civilizada se puede basar menos en la acumulación de objetos y más en el lujo de información, menos en la centralidad geográfica y más en la conectividad electrónica, menos en el aumento del consumo de los recursos escasos y más en su gestión inteligente». (ídem; 164)

La visión de Mitchell radica en las enormes modificaciones que las ciudades sufrirán con las aplicaciones tecnológicas destinadas a aumentar nuestra calidad de vida y a distribuir información de la forma más eficiente posible y en cómo los arquitectos y planificadores urbanos deben percibir estas ciudades y redefinir su propia tarea.

Además trabaja algunas ideas que empiezan a popularizarse en el mundo académico.

Hablo del impacto disímil de la interacción en comunidades con el uso de la red.

Hasta hoy las comunidades fueron sinónimo de virtud como producto de la interacción en la red. Las comunidades son positivas para acercarnos con eficacia a nuestros grupos de interés e intercambiar conocimiento. Pero desde hace tiempo se leen teorías acerca de lo contraproducente del aislamiento en grupos afines que producen dichas comunidades. Según Sunstein, por ejemplo, nos limitan el acceso a la diversidad de opiniones necesarias para el desarrollo de una democracia. Según Mitchell, puede hacer que algunos miembros de la sociedad sean literalmente invisibles para otros y formar guetos de afinidad. Así es que las ciudades necesitan adaptarse a la nueva coyuntura que promueve el uso tecnológico; competir entre sí para ofrecer la mejor infraestructura digital, evitar el aislamiento y degradación de los barrios donde no llega la revolución digital y otros conceptos necesarios para replantear la ciudad del siglo XXI desde las actuales e-topías.

Un último concepto que me parece brillante (pero no olvidemos, insisto, el sesgo de sus palabras, porque si no parece que viviéramos todos en Silicon Valley, en Bangalore o en la city londinense); «La arquitectura ya no es simplemente el juego de los volúmenes bajo la luz: ahora incluye el juego de la información bajo el espacio. (Ídem. 48). Está claro que los nuevos arquitectos deben planificar pensando en digital + hierro y cemento. Con la comunicación pasa algo semejante; dejó de ser hace rato el estudio de cómo el receptor consume pasivamente los grandes medios del siglo XX para ser una ciencia que intente explicar cómo administrar, gestionar y distribuir la información, que de escasa pasó a ser sobreabundante.

En definitiva, «e-topía» es una lectura muy entretenida e imprescindible para arquitectos, sociólogos urbanos y aspirantes a tecnólogos (y porque no para el ama de casa moderna, la que mira y lee Cosmopolitan y le gusta el fútbol desde que juega Beckham).

Aunque esté un poco más cerca de la digitofilia que de la sociología urbana.

O sea, mientras él nos habla de los «comedores virtuales» de IBM (mesas divididas por la mitad mediante pantallas de retroproyección, en las que podemos ver imágenes de video a tamaño natural de los comensales sentados en la mitad opuesta), yo demoraba hace un mes 4 minutos para enviar un archivo de 500 K.

La e-topía sería, en América Latina, conexión gratuita a internet, y en Europa, banda ancha para todos. Y ordenadores y programas más accesibles. Y una política en contra de la obsolescencia planificada (menos actualizaciones leoninas para vender nuevos productos). El cumplimiento de mi e-topía llevaría irremediablemente a la evolución hacia la e-topía de Mitchell.

www.hugopardo.com

Saberes y proyecciones de los profesionales del Diseño.

Graciela Pascualetto

Memoria

En su entrada a la institución universitaria los estudiantes manifiestan sus deseos y a la vez su incertidumbre con respecto a la carrera que inician y a las perspectivas que a través de ella, pueden vislumbrarse en el campo socio-laboral. Los nuevos paradigmas científico-tecnológicos y las transformaciones políticas, económicas, sociales y culturales que enmarcan la formación profesional requieren estrategias que nos aproximen a la comprensión de este mundo cambiado y cambiante en el que los conocimientos “acabados” ya no nos proporcionan respuestas.

La asignatura Introducción a la Investigación constituye una oportunidad para abordar estas mutaciones y delinear situaciones que favorezcan la comprensión de la realidad y la apropiación de contenidos para interpretar las condiciones del presente y manejarse en sus vaivenes.

Como viene ocurriendo desde las últimas décadas, al tiempo que se advierte un fuerte énfasis en la especialización, se observan demandas vinculadas con competencias éticas, interactivas y comunicacionales para favorecer el trabajo interdisciplinario, la producción en equipos y la gestión de las organizaciones laborales.

Para explorar esta tendencia, los grupos formados en cada Comisión formularon sus proyectos de investigación recorriendo dentro de su especialidad –Gráfico, Interiores, Historieta, Indumentaria- un ámbito específico. A partir de este recorte se inició la búsqueda bibliográfica en fuentes primarias, secundarias y terciarias para la formulación del marco teórico y la realización de un pequeño trabajo de campo consistente en entrevistas a titulares de empresas y/o a diseñadores que trabajan en relación de dependencia o que han establecido sus propios emprendimientos productivos.

A través de esta metodología, los alumnos exploraron distintas problemáticas vinculadas con el diseño editorial, publicitario, de señalética y de historieta; con la ambientación de espacios en la vivienda, en organizaciones empresariales y educativas; y con el fenómeno de expansión de los microemprendimientos productivos (objetos, vestimenta y accesorios) en la ciudad de Buenos Aires y en la zona norte del Gran

Buenos Aires.

Los trabajos se centraron en la indagación de aspectos como los siguientes: características de las organizaciones, incidencia del contexto socioeconómico en su evolución, roles y funciones de sus distintos miembros, tecnologías que utilizan, vías de comercialización y, especialmente, saberes que se requieren del diseñador para desenvolverse en esos ámbitos de trabajo.

Las investigaciones efectuadas son de carácter cualitativo, por lo cual no aportan datos estadísticos. No obstante, de la lectura de las entrevistas realizadas por los alumnos y de los informes por ellos elaborados, se puede inferir que los empleadores y los microemprendedores a la hora de pensar en el perfil profesional valoran fundamentalmente:

- conocimientos técnico-instrumentales para la ejecución correcta de las tareas específicas de diseño,
- manejo de información sobre el contexto socioeconómico en el que se desenvuelve la actividad y, en casos tales como historia y cultura general,
- competencias “transversales” relacionadas con la identificación de situaciones problemáticas, capacidad de escuchar, de dialogar, de interactuar con el otro y de trabajar en forma interdisciplinaria,
- condiciones personales como iniciativa, espíritu de búsqueda, amplitud de criterios y creatividad.

La mayoría de los entrevistados son profesionales o personas “de oficio” que iniciaron sus propias empresas, las que -vicisitudes económicas de por medio- pudieron prosperar. Se convirtieron así en la fuente de sustento y de expansión profesional para sus fundadores, creando, incluso, algunos nuevos puestos de trabajo.

Tanto en los casos de mayor trayectoria como en los más jóvenes, los entrevistados coincidieron en señalar el impacto negativo de la crisis de 2001 y el paulatino repunte de la economía nacional y de las actividades productivas en el último período. En esta reactivación centran las esperanzas de crecimiento y de apertura de nuevas oportunidades para los diseñadores que actualmente se están formando.

Podríamos decir que el proceso realizado -a pesar de la sencillez del dispositivo de investigación y de ciertas dificultades que se fueron sorteando sobre la marcha reconsiderando los objetivos y la metodología de trabajo-, permitió a los alumnos responder algunas dudas y abrir nuevas preguntas que se irán contestando a lo largo de la carrera.

Al aproximarse a la multifacética trama en que se inscriben las diversas ramas del Diseño y las prácticas laborales en su contexto de actividad, los estudiantes también tuvieron oportunidad de reflexionar sobre el valor de los saberes que van forjando para ampliar su comprensión de la realidad y para actuar con sentido profesional en el complejo escenario del presente.

El dibujo.

Carlos Peña

El dibujo es y seguirá siendo por un tiempo - computadora mediante - uno de los instrumentos más eficaces que tienen los arquitectos y diseñadores para comunicar sus ideas.

Es habitual que en las conversaciones que mantienen los colegas, se escuche con frecuencia, hablar de la «irrealidad»

del dibujo, o engaño producido por dibujos preciosistas, muy acabados, que se alejan del campo interiorista o arquitectónico para engrosar las filas del campo de las artes.

Transitando el ejercicio de la profesión y las distintas etapas de proyecto verifiqué, entre otros, tres tipos de dibujos, a los que solemos acudir diariamente.

El primero, de creación, es cuando el dibujo actúa como verdadera herramienta de trabajo; el segundo, que se utiliza para la presentación del proyecto al cliente, o a nuestros pares en los concursos, está encabezado por las perspectivas y, por último, citaré a los siempre olvidados dibujos para la documentación específica de remodelaciones u obras en general.

Sin descartar otros, como el dibujo de análisis, tan utilizado en la facultad para el desgranar de las obras ya ejecutadas, sus enseñanzas, o los croquis, que hacen un verdadero culto en los estudios tapizados por ellos, tanto si son propios como ajenos. Los que describiré, por ser los más comprometidos con nuestra tarea, son los tres primeros: el dibujo como herramienta, los de presentación (perspectivas), y los de obra, sin descontar referencias a algunos otros.

Del dibujo como herramienta de trabajo se habla poco y, por lo general, sólo se conocen los propios, o en tal caso, los de algún colega amigo, ya que son muy personales y sólo tienen la intención de ser comprendidos por el mismo proyectista. Acerca de él, casi todos opinamos. Con mayor o menor éxito he transitado por esta experiencia.

De los dibujos de presentación o perspectivas, se ha hablado mucho ya que son las verdaderas vedettes del dibujo y se encuentran asiduamente expuestas en galerías de arte del circuito céntrico, alejándose muchas veces de la función para las que fueron creadas.

Sobre los últimos y los más necesarios, los croquis de obra, o aquellos detalles de ambientación, una lámpara, un fondo de tapiz, etc., poco y nada se sabe ni se los dibuja.

Son descartados de las discusiones y solo se los encuentra fijados a la pared de alguna obra o mezclados entre especificaciones técnicas o folletos de muebles y de decoración.

Quién podría comprender entonces, cómo se construye un tapa rollo o cómo se coloca un contramarco para dividir la pintura de la carpintería.

Según humoristas, en nuestro medio, nuestra profesión ha sido definida como una carrera «técnica» cuando algún desprevenido nos pregunta acerca de un sillón antiguo, y «artística» cuando se nos pregunta sobre el exacto espesor de una mesada de cocina.

En nosotros se encuentra la verdadera sensación que el dibujo nos proporciona cuando queremos demostrar lo que en nuestra mente se recrea.

Es posible que toda la solución de una idea sobre un proyecto pueda sintetizarse en un grafismo. Cuando el mismo debe hacerse realidad, ese es el momento del lenguaje preciso: del plano, la escala y los detalles. A través de esta síntesis nos respalda «el dibujo», por sobre todas las cosas.

Procesado y producido. Diseño Gráfico instantáneo.

Diego Pérez Lozano

El análisis de la evolución del diseño gráfico como ciencia comunicacional obliga a reflexionar sobre los procesos realizados por sus intérpretes con el fin de cumplir sus objeti-