

Aspectos sociológicos

- Función del usuario en la sociedad.
- Sus necesidades.

Aspectos psicológicos

- Características psicológicas del usuario.
- Sus necesidades.
- Comunicación.

Aspectos económicos

- Sistema económico de la moda.
- Negocio multifacético.
- Rentabilidad.

Conclusión

El trabajo del diseñador es un oficio que se ha llevado a la Universidad por una necesidad que se impuso en el mundo textil. Comienza con la Revolución Industrial. A partir de entonces el negocio de la moda se vuelve incontrolable, necesitando de profesionales idóneos que comprendan este fenómeno económico y social y lo encaren como un circuito productivo y que nunca cesa y demanda rentabilidad por parte de los empresarios y nuevas ideas y productos por parte del consumidor.

Debemos entenderlo a este negocio como parte del sistema económico en el que estamos inmersos y nosotros, como diseñadores y profesionales de las formas y los colores, no alejamos de los intereses económicos que operan detrás de un traje. Estamos mediando entre el empresario que lleva adelante su negocio y para él, el diseñador es un medio para seguir generando dinero y variables económicas entre el consumidor a quien debemos satisfacer su necesidad de vestirse y aggiornarse, teniendo en cuenta en este caso variables sociológicas y psicológicas que operan en este accionar.

Podemos decir entonces y para concluir, que un diseñador es un profesional con formación integral, donde detrás de su producto diseñado se encierran aspectos económicos, sociológicos, psicológicos, artísticos y lógicamente personales, ya que estamos hablando de "creación". Detrás de una vidriera, al observar un conjunto de prendas, ornamentos y accesorios, hay muchos más que un juego equilibrado de líneas, formas y colores, hay un estudio y análisis profundo del nombre con sus necesidades de mostrarse, comunicarse y generar sensaciones, sin alejarnos por supuesto de la afirmación de que estamos frente a un negocio y el objetivo o fin último es seguir alimentándolo.

La Importancia de lo pragmático en el proceso de enseñanza - aprendizaje. Las marcas y el caso de empresas.

Máximo Sandberg

Después de casi más de 10 años de enseñanza universitaria en el campo del marketing y negocios, quisiera compartir con mis colegas la experiencia que he tenido durante el dictado de la materia Comercialización I, en turno tarde de la UP.

En el transcurso de mi carrera como docente y consultor, he dado todo tipo de seminarios, conferencias, charlas y dicta-

do de materias de la carrera de Marketing y afines, y siempre he contando con un auditorium y/o alumnado que de una manera u otra estaba relacionado al marketing, que podía ser por necesidad profesional o porque estaba cursando la carrera de Marketing.

Pero tuve una experiencia donde mi grupo de alumno pertenecían en un 100 % a la carrera de Diseño Textil e Indumentaria. Este primer año estaba constituido por jóvenes con muchísima vocación hacia el diseño de moda y poco hacia el mundo de los negocios y el marketing. Poseían como se diría hoy un look, un estereotipo que sin lugar a dudas demostraban y reconfirmaba su vocación por el diseño textil e indumentaria.

Al entrar a clase cada semana, se respiraba entonces un clima de creatividad e innovación para el mundo de la moda y poco para el marketing. ¿Cómo llevar entonces a estos alumnos a un grado de interés de mis clases y de la materia?

El desafío era que mis clases fueran atractivas, motivantes y entretenidas, para que los alumnos lograsen una buena predisposición para el ingreso y comprensión de la actividad de Marketing, ya que para ellos todo era diseño y mas diseño de modas.

Bajo este escenario empecé a aplicar de a poco el método de enseñanza de casos de empresas, pero con mayor intensidad que en otros cursos. Dar el contexto académico seguido en forma automática de ejemplos prácticos del mundo de las empresas que uno conoce y que actúan en el mercado actual, fue la clave que transformó el estado pasivo de los alumnos a un estado totalmente activo, participativo y motivante.

Es muy gratificante observar desde el frente de la clase, las 30 o 40 cabecitas de alumnos que quedan atrapados cuando uno les explica las cosas que se dan en el mundo de los negocios y relacionarlo con todo el programa teórico académico. Es ahí, cuando los alumnos expresan: Ahora si entiendo ¡!Ahhhhh!!,. Siempre utilicé en mis clases la metodología de ejemplificar la teoría con casos conocidos de empresas como: Arcor, Coca Cola, Jabon Ala, y tantos otros productos de consumo masivo. Pero en este caso particular, de un 100 % de diseñadores potenciales de moda textil, que les podía interesar lo de Arcor o lo de Coca Cola.

Por lo tanto, el método de aprendizaje fue la presentación de casos de la industria textil tanto nacional como internacional, como ser: Levi's, Nike, Mimo, Caro Cuore, entre algunas marcas y empresas presentadas y que todas estas aplican estrategias de Marketing y están relacionadas con el mundo de la creación y desarrollo de productos.

Finalmente, cuando llego el momento de presentar los trabajos prácticos sobre empresas orientadas al marketing, los alumnos una vez mas demostraron por la calidad de sus trabajos una gran comprensión de la materia mas un desarrollo temático sobresaliente.

Pienso que esto se debió en gran medida al grado de motivación que produjo aplicar durante todas las clases mucha cuota de pragmatismo

Llego a la conclusión que lo pragmático es una importante y necesaria alternativa en el proceso de enseñanza. Con esto

estaríamos dando mayor prioridad al principio de Saber hacer mas que al principio de Saber.

Hoy el profesional debe más saber hacer que saber. Esto significa que la prioridad no es el conocimiento en sí mismo, sino aplicarla a la destreza de hacer las cosas. Como lo hacen las empresas y marcas líderes, y en esta oportunidad del mundo de la moda. Por eso son líderes, por saber hacer.

Proyectar la formación.

Marco Sanguinetti

Aprendizaje y formación

Consideremos a las herramientas utilizadas por el diseñador: los medios de representación y formas de documentación, las normas y reglamentaciones, los métodos utilizados para proyectar, los conocimientos de los distintos aspectos de los productos (morfológicos, tecnológicos, productivos, ergonómicos, funcionales, estructurales, sociológicos, comunicacionales, comerciales, ecológicos, etcétera) como parte del aprendizaje de la disciplina proyectual. Estos serían, entonces, los contenidos a incorporar con el objetivo de dominar “el oficio”.

Consideremos a todos los contenidos del aprendizaje, sumados a los conocimientos que no son exclusivos del diseño, aquellos correspondientes a áreas no proyectuales, provenientes de vivencias intelectuales, filosóficas, religiosas, reflexivas, de la ciencia, del arte, de la ejercitación del sentido común, de las actividades deportivas, los sentimientos, las pasiones, e inclusive del ocio. Este gran conjunto determina la formación del proyectista. Son las condiciones que dan forma al diseñador, considerándolo un operador cultural y al diseño una intervención intelectual.

El valor del conocimiento aplicado

La disciplina proyectual es una actividad donde el diseñador enfrenta una problemática que intenta resolver transitando un camino cuyo trazado también debe ser diseñado. El inicio del proyecto presenta incertidumbres, constituyendo un desafío en el que sólo la serenidad posibilita la reflexión, que a su vez genera el hallazgo de múltiples potenciales soluciones. Esa calma para pensar se basa en los conocimientos, el optimismo que intuye (y hasta garantiza) un buen resultado apoyado en la experiencia y el manejo de ciertas herramientas que dan inicio al razonamiento y permiten imaginar sin temores, y por lo tanto sin límites, nuevos desarrollos. Es el respaldo otorgado por el aprendizaje.

El valor del conocimiento lateral

El diseño es una disciplina proyectual de creatividad sustentada. El diseñador trabaja con elementos culturales, de modo que la ignorancia no parece ser el método para encontrar algo novedoso. Sí puede serlo el pensamiento abstraído de la información, aunque en alguna instancia posterior funda las ideas en datos precisos. La diagramación de los caminos a tomar en la búsqueda del encuentro con la solución es única y novedosa. Contempla los conocimientos más diversos, incluso aquellos laterales al proyecto. Cuanto más se conozca mejor se planificará la búsqueda y más podrá preverse el encuentro con lo novedoso. La amplitud del conoci-

miento permitirá suponer y dirigir los alcances ilimitados de las ideas y hará que el hallazgo de lo nuevo, lejos de paralizar, provoque un andar constructivo y categórico por el desarrollo posterior. Es la convicción provista por la formación.

Dar forma al proyecto y proyectar la formación

Una vez relacionado el aprendizaje a las herramientas que hacen al oficio del diseño, y la formación del diseñador a los conocimientos diversos que hacen de la disciplina una tarea intelectual, consideremos a los proyectos como parte de la formación. Éstos son obra del diseñador, mientras que a su vez, él es formado por los proyectos, ya que constituyen experiencias (seguramente enriquecedoras). Por lo tanto, la relación de la formación del proyecto con el proyecto de la formación es dialéctica. Es posible, entonces, afirmar que cada uno proyecta su formación y engendra así al diseñador, que tal vez sea el proyecto más ambicioso.

Una experiencia en desarrollo.

Daniel Santáchita

El taller de comunicación oral tiene como objetivo ofrecer al alumno las herramientas que le “permitan alcanzar el éxito en las comunicaciones interpersonales mediante el aprendizaje de conceptos y técnicas básicas de oratoria: La materia aborda desde la oratoria hasta el lenguaje gestual, con el fin de desarrollar las posibilidades comunicacionales de los alumnos, que serán imprescindibles para su futura vida profesional”.

El segundo cuatrimestre de 2003 tuve a mi cargo la responsabilidad de cumplir con este objetivo institucional ante una comisión integrada mayoritariamente por alumnos de la carrera de Organización de Eventos. El cuatrimestre anterior había tenido la misma responsabilidad y advertí la necesidad de efectuar algunas modificaciones y de contar con algunos recursos que permitieran un mejor desarrollo de la cursada. Para tal fin consideré que era necesario:

- Ofrecer a los alumnos un ámbito adecuado para la práctica de la comunicación oral, que requiere preferentemente un espacio que permita un mejor desplazamiento.
- Contar con los dispositivos técnicos que permitan a los alumnos observarse luego de sus exposiciones.

Al iniciarse el ciclo, con este proyecto nos reunimos en varias oportunidades con la coordinadora del área. Estas conversaciones con la profesora María Rosa Dominici, culminaron con la integración de nuevos recursos. A los señalados anteriormente se sumó la posibilidad de invitar al profesor Dardo Dozo para que durante una clase ofreciera a los alumnos su experiencia como actor y productor de teatro, en cuanto a la expresión corporal.

Esta clase, dictada el viernes 26 de septiembre, fue disfrutada por los alumnos de acuerdo con lo observado por los docentes y según la devolución escrita que recogimos cuando terminó el encuentro. Las que siguen son algunas de las opiniones de los alumnos:

- “Personalmente me sentí cómoda aunque estaba un poco nerviosa. Siento que al haber hecho el ejercicio en forma de