

Transformación del perfil profesional del diseñador de indumentaria y textil según el campo laboral actual.

Yanina M. Moscoso Barcia

El diseño es la actividad por medio de la cual se transforma la vida del individuo a través de cambios constantes, a fin de transformar lo existente y proponer lo inexistente.

Durante el proceso de diseño, el diseñador investiga y analiza lo conocido y lo desconocido de aquello que se propone diseñar.

Según Margarita Rivière (1977), por una serie de circunstancias existen ciertas personas cuya vocación es ser creadores de moda. La moda, para ellos, puede ser un medio de expresión de su imaginación creadora y básicamente un hecho estético.

El estudio de formas confortables y bellas para realzar el cuerpo humano es una tarea tan válida como la de crear viviendas hermosas y dignas.

Evidentemente el creador de moda tiene todas las limitaciones que suelen tener los artistas en las sociedades desarrolladas a la manera capitalista. Su arte es considerado válido –y por lo tanto difundido– en la medida en que pueda ser comercializado. Su arte es, sobre todo, una mercancía. (...)

Como docentes, entonces, es parte de nuestra labor detectar posibilidades y presentar oportunidades a los alumnos, generando y estimulando sensibilidades en diferentes áreas en las que los futuros diseñadores podrán basar, desarrollar o sustentar sus propuestas de diseño.

¿Pero qué diseñadores está necesitando el mercado laboral actual de nuestro país?, sin duda diseñadores creativos, con capacidad de innovar, pero la creatividad y el talento por sí mismos no son suficientes para responder al perfil profesional que se requiere actualmente en el campo del Diseño Textil y de Indumentaria.

- El diseñador que hoy se necesita no debe confundir creatividad con intuición, ésta es solo una etapa del proceso. Cada método de diseño tiene una primera instancia sin descripción que es intuitiva, pero es en ese momento donde el diseñador debe demostrar capacidad para identificar las variables correctas e importantes.

Durante el proceso de diseño se combina racionalidad e intuición y, en una primera etapa convergen intuición y experiencia.

- Debe ser capaz de resolver temáticas y situaciones variadas
- Debe ser un buen observador pero también ser analítico y reflexivo.

- Capaz de investigar y fundamentar teóricamente su producción, para ello es fundamental que maneje conocimientos teóricos, técnicos o procedimentales y metodológicos que se vean involucrados en su propuesta de diseño.

- Debes ser capaz de integrarse a un equipo de trabajo, donde inevitablemente se generan conflictos y se confrontan las expresiones individuales; es en este ámbito donde un diseñador reflexivo debe hacer prevalecer la racionalidad y el análisis sobre la emotividad y el individualismo para extraer factores comunes que proyecten favorablemente la producción común.

- Debe identificar objetivos o metas claras para, de esta manera, trazar un plan de trabajo en el que se contemplen todas

las variables susceptibles de intervenir y que permitan alcanzar efectivamente dichos objetivos.

- Es importante que el diseñador conozca en profundidad su profesión y el mercado, para poder desarrollar su práctica profesional en un campo laboral real, teniendo en cuenta las normativas y las posibilidades económicas y técnicas

- Es fundamental que conozca el destinatario de sus acciones, los aspectos psicológicos, sociológicos y económicos del consumidor, ya que éstos serán los condicionantes de sus decisiones.

- Debe tener capacidad de anticipación, capacidad de evaluación y de transformación, sentido crítico y conocimiento de la realidad, no solo del país sino también del resto del mundo

- Por último y, no por ello menos importante, nunca olvidar que el diseño implica comunicación, que la labor un diseñador de indumentaria y textil no culmina con la materialización del diseño, sino que éste es otro comienzo, en el que nuevamente deberá tener en claro sus metas y, deberá tomar decisiones para conducir la producción, distribución y difusión del producto que tomará contacto con el consumidor, de quien recibirá una respuesta de consumo, feedback importantísimo para trazar nuevas metas y nuevos planes para llevar a cabo su próxima propuesta de diseño.

Se podría decir, a modo de síntesis, que a partir de necesidades o problemas establecidos, el diseñador emprende un proceso de diseño donde se conjugan los condicionantes planteados por el problema concreto y el propósito o intencionalidad del diseñador.

Esto constituye un conjunto de objetivos de índole conceptual, simbólica y psicológica que deben ser pensados dentro de un determinado contexto sociocultural y socioeconómico, que se articularán como condicionantes del diseño.

Los factores condicionantes son variables y se los pueden categorizar en: sexo y edad del usuario; nivel sociocultural; capacidad adquisitiva; estilos; relación diseño/usuario; capacidad de interpretación y adaptación al medio; actividad y ocasión de uso; ideales estéticos socialmente valorados; clima y geografía; materialización constructiva; avances tecnológicos (nuevos textiles, maquinarias, procesos, avíos, etc.); significación social (cada forma, material, color, textura y la manera de articularlos entre sí, implican un mensaje y un significado en un momento sociocultural dado).

Cuando indagar se convierte en práctica. Experiencia de los microtalleres pedagógicos 2004.

Cecilia Noriega

«No dejaremos la exploración y el final de nuestro explorar será llegar al punto de partida y conocer por vez primera ese lugar»

T. S. Eliot.

El trabajo en el aula

En nuestro quehacer cotidiano en las aulas de la Facultad, nos encontramos permanentemente ante situaciones problemáticas de la más diversa índole, desde lo pedagógico, hasta lo humano, pasando por los matices de la asignatura en sí, la especificidad profesional y el marco científico.