

Asimismo, el aprendizaje impartido desde cada postgrado, permite mediante el desarrollo de herramientas y métodos prácticos someter a las teorías a verificaciones prácticas, lo cual permite el afinamiento de las teorías.

Este ciclo continuo, creación de teorías, desarrollo, aplicación de métodos y herramientas, prácticos basados en teorías, obtención de nuevas perspectivas que mejoran las teorías, es el motor que impulsa el crecimiento profesional.

Nuevas ideas, capaces de generar cambios, de desafiar el pensamiento convencional, de innovar, imaginar, descubrir, de plantear nuevas soluciones, de cuestionar lo establecido son necesarias en este momento de la sociedad.

Organización y estructura de los planes de estudios

Los posgrados de especialización poseen una duración de un año dividido en dos cuatrimestres.

El plan de estudios de los Postgrados se organiza en tres áreas temáticas:

Un área troncal donde se instala el «saber hacer» desde la integración de la teoría a la práctica, mediante una metodología de estudio y análisis de casos actuales en el mercado.

Estas dos asignaturas, dictadas por diversos profesionales invitados de acuerdo a funciones y habilidades específicas de los mismos, serán las que proyecten la sinergia entre métodos y herramientas que ayuden a conceptualizar y comprender temas complejos explícitos e implícitos para la construcción de prácticas reflexivas acompañando al desarrollo, crecimiento y evolución de la calidad y productividad del estudiante.

Dos áreas afines a los postgrados de especialización que cubran las necesidades de horizontalidades y verticalidades de conocimientos que debe poseer un profesional de la comunicación.

Las asignaturas correspondientes a estas áreas, serán dictadas en empresas, agencias de publicidad, centrales de medios y consultoras de Relaciones Públicas.

De esta forma y bajo esta metodología, el estudiante vivenciará sus conocimientos en la práctica cotidiana profesional.

Cada área corresponde a un trabajo específico profesional, y al adquirir conocimientos horizontales con las asignaturas correspondientes a las otras áreas se potencia el saber interdisciplinario.

Objetivos de los posgrados y perfil del egresado

1. Promover un ámbito de investigación, análisis y reflexión de la Gestión en Comunicaciones de acuerdo a la especificidad de cada postgrado, en función al área de la educación en la producción de investigaciones pertinentes, constituyendo un aporte relevante para la especialización de diversas áreas de grado.

2. Desarrollar las competencias necesarias para diseñar estrategias de comunicación integradas al sistema empresarial, proyectos y líneas de investigación y realizar investigaciones básicas y/o aplicadas que promuevan un crecimiento capaz de acompañar el intercambio teórico entre áreas de la comunicación.

3. Generar acciones de difusión e intercambio con otros ambientes de la comunicación a nivel nacional e internacional. Pensando y elaborando permanentemente estrategias de aprendizaje para cubrir las necesidades del mercado profesional, la Facultad de Diseño y Comunicación, se instalará en esta nueva línea de postgrados de especialización, con la calidad académica que la distingue en sus carreras de grado y su Maestría en Diseño.

El sentido poético en el Diseño de Interiores.

Virginia Graciela Suárez

Las relaciones entre las distintas Artes: Pintura, Literatura, Música con la Arquitectura y el Interiorismo se han dado a lo largo de la historia. Durante el siglo pasado y parte del actual, con el desarrollo de un nuevo espíritu conceptual y crítico, dichas relaciones han aumentado y potenciado más debates. Este texto busca ser parte en ese debate.

Se puede decir que la influencia de las artes plásticas en el

Diseño de Interiores se manifiesta principalmente en los siguientes niveles:

- A través de la existencia de una influencia directa de tipo mimético: las Artes Plásticas aportando nuevos repertorios formales que el interiorismo utiliza directamente en sus formas. Es el caso de Robert Venturi utilizando el recurso pop de citas literales a los órdenes clásicos.

- En un nivel más profundo, antes que una transposición formal como el caso anterior, se daría estableciendo una relación estructural o mental entre una corriente plástica y el interiorismo. No se copian las formas sino los procesos, los métodos y los criterios que están en la base de la corriente artística. Es lo que sucede con Peter Eisenman y el arte conceptual o con Frank Gehry y la reinterpretación de los mecanismos creativos del surrealismo.

Entiendo que, así como las artes plásticas plantean un campo referencial para la proyectación en el Diseño de Interiores, desde las artes literarias, la poética puede aportar su especificidad, no sólo a la estética y la composición, sino a la proyectualidad creativa.

Aunque la Poética implica una forma, nunca se refiere a la forma por la forma pura. Por el contrario trata de una forma determinada por materias, estructuras, tejidos, textos y contextos. El caso de la poesía es ejemplar: el significado nace de la estructura, la palabra significa en función de la estructura en que se encuentra y a la que constituye para darle otro sentido.

A través de la poética se puede conocer la determinación interna de una Obra de Interiorismo, si se trata o no de algo más que simple edificación. Su principal objetivo es descubrir el nivel de verdad constructiva, funcional y formal que, de modo simultáneo, alcanza al Proyecto. Nivel de verdad o autenticidad donde no son los elementos ni siquiera las estructuras lo principal, sino el hecho de la determinación interna de la obra, capaz de sintetizar un óptimo conjunto geométrico entre elementos, estructuras y sistemas.

La poética es la responsable de racionalizar permanentemente las emociones humanas. Se la podría entender como el método de obtención racional de las leyes que configuran el conjunto organizado de elementos del organismo «espacio interior».

La poética como meta-método constructivo proyectual, como camino entre la Teoría y la Práctica, tiene un rasgo intelectual porque es capaz de combinar opuestos y obtener un resultado nuevo que elimina y trasciende los contrarios, haciendo nacer un nuevo todo, una nueva unidad.

Planteado un problema de interiorismo, e intuido el bagaje de preexistencias del diseñador, la relación entre ambas esferas va a necesitar de un momento de inspiración que se desarrolla de manera invisible pero que necesita para su aparición de un gemelo en la iluminación intelectual. Ambas experiencias, emoción e intelecto, pueden ser denominadas también inven-

ción y disciplina. La invención consiste en descubrir por medio de la imaginación creadora algo que no estaba antes y puede proceder a través del brainstorming (tormenta de ideas), de las paradojas y de las analogías.

De todos estos procesos de la imaginación, entiendo que el analógico es el más adecuado para comprender el pensamiento creativo en el campo del Diseño de Interiores. La historia de la Arquitectura y del Interiorismo está plagada de referencias a la naturaleza, a sus procesos, estructuras y morfologías naturales, como también a las construcciones del pasado que son sostén de una memoria arquitectónica específica.

De este modo, establecer una similitud de relaciones en abstracto entre interiorismo y determinados objetos naturales o artificiales (Art Nouveau), o plantear una semejanza objetiva entre construcciones o partes de ella producidas en la historia y su rememoración (Revival), serían dos clases de operaciones recurrentes a lo largo de la historia del Diseño Interior. En este campo de establecer una similitud de relaciones en abstracto, es posible mencionar dos figuras de la Retórica interesantes en la invención proyectual dentro del Interiorismo: la metáfora y la metonimia.

Metáfora y metonimia

«Los individuos [...] se relacionan con la cantera de metáforas y modelos preexistentes en su cultura –y en última instancia, en su lenguaje– a partir de sus abstracciones reflexionantes: de las analogías de su praxis, de su experiencia protagónica.» (Samaja, 1994: 140)

«La persona creativa busca relacionar diversas facetas y teorías que se encuentran dispersas en su campo de interés, a efectos de encontrar una síntesis coherente y completa. [...] el individuo creativo normalmente produce una red de actividades, un complejo de búsquedas [...]. Además de este cúmulo de actividades, el individuo creativo también persigue una serie de metáforas dominantes [...]. Estas figuras son imágenes de amplio alcance [...]. Muchas veces, la clave de las innovaciones más importantes es inherente a estas imágenes.» (Gardner, 1997: 379-380)

«[...] la imaginación creadora del tecnólogo o del científico no opera en el vacío; no hay inventiva científica o innovación tecnológica sin un conjunto de datos y sin un marco de referencia constituido por puntos de vista más o menos articulados. La imaginación creadora de los científicos y los tecnólogos no es ajena a los datos, las teorías, los objetivos e incluso a la atmósfera intelectual general. Las corazonadas no saltan solas sino en respuesta a problemas, y a su vez el mero planteo de éstos supone un fondo cognoscitivo previo en el que se advierten huecos por llenar.» (Bunge, 1965: 124-125)

Cotidianamente la realidad es interpretada desde la experiencia práctica y modelizada a su vez mediante esquemas previos. Las formalizaciones teóricas, que se plantean como resultado de esa experiencia, están también mediatizadas por comparaciones con hechos análogos, como lo son otras experiencias similares o próximas y que conforman un saber anterior. Conuerdo con los autores de las citas precedentes en que el sujeto creador trabaja desde lo percibido y conocido, sea para asimilarlo en una nueva perspectiva o para servirse de él como parámetro de una innovación transgresora.

Adhiero a una concepción de la creatividad:

- Como proceso relacional entre la conceptualización y la acción proyectual
- Como la capacidad de innovar en el terreno del pensamiento y de los hechos concretos

- Como la habilidad de encontrar soluciones originales a determinados problemas, o incluso a la de proponer nuevos problemas.

- Como la posibilidad de operar con experiencias y conceptos previamente adquiridos, combinándolos según reglas conocidas, de manera que el resultado sea una construcción intelectual o material nueva para el sujeto

Me parece importante destacar que la posibilidad de abrir las puertas de la creación no es privilegio de unos pocos talentosos capaces de consumir una alianza absolutamente original entre el pensamiento y la acción. En todo empen-dimiento que implique la aplicación de algún saber, de una forma nueva para el individuo, hay una cuota de creatividad que lo convierte en único y personal, y que retroalimenta la predisposición del sujeto a indagar por sí mismo acerca de su entorno y sus condiciones de existencia.

En este contexto, las «metáforas y modelos preexistentes» son más que una impronta cultural: se utilizan como matrices de interpretación para combinarse luego con la propia práctica. De allí que la «experiencia creativa» se asiente en la comparación y en la superación de saberes ya incorporados.

La metáfora y la metonimia en la vida cotidiana son inevitables para cualquier uso lingüístico. Detrás de todo acto de habla se ocultan esos dos elementos estructurantes del sentido del discurso. La formación de enunciados, la creación de nuevos conceptos e incluso nuestra forma de ver la realidad, está sometidas a una tarea metafórica y metonímica. Metafórica y metonímicamente creamos conceptos nuevos a partir de otros viejos y conceptos abstractos en base a objetos materiales.

La metáfora como tropo o figura se define como una semejanza perceptible entre lo que se nombra y aquello de lo que se toma el nombre. Por ejemplo, cuando decimos que una persona es «una lumbrera». La Metáfora es el uso de elementos comunicativos con sentido distinto del habitual. Plantea una semejanza entre significado y significante. Es una figura directa, abierta y analógica, un reflejo más o menos fiel cuyo sentido radica en la fidelidad de la imagen.

La metonimia se basa en un desplazamiento del nombre de algo a lo que le es contiguo o mantiene relación con ello. Decir «el cabeza de familia» o nombrar a la monarquía como la corona, son expresiones metonímicas fácilmente identificables. La metonimia es oblicua, indirecta. Toma la parte por el todo, el efecto por la causa, el símbolo por el objeto. Es el reflejo más o menos eficaz del objeto: un edificio para escuela de cine se hace metonímico si tiene la forma de los sueños, sería metafórico y fácil si tuviera forma de cámara de rodaje o de fotograma. La buena metonimia no describe o imita una cosa sino que interpreta y transforma la acción de una cosa, no imita a la naturaleza, sino a la poética o modo de hacer de la evolución y sabiduría que la producen.

Considero entonces que la metáfora y la metonimia son dos aspectos de una mecánica creadora pasibles de ser aplicadas e investigadas en el campo proyectual del Diseño de Interiores y en los procesos de enseñanza –aprendizaje.

Bibliografía

- Bunge, Mario (1965). *Intuición y ciencia*. Barcelona: Ariel.
- Gardner, Howard (1997). *Arte, mente y cerebro. Una aproximación cognitiva a la creatividad*. Barcelona: Paidós.
- Miranda, Antonio (1999). *Ni robot, ni bufón. Manual para la crítica de la arquitectura*. Madrid: Ediciones Cátedra
- Samaja, Juan (1994). *Epistemología y Metodología*. Buenos Aires: Eudeba.