

la interpretación fotográfica, a través de una sola imagen, del tango “Malena”. Les aporté la letra e incluso una versión interpretada por Susana Rinaldi. Ninguno de los 17 alumnos lo conocía. Buscaron la modelo adecuada, su vestimenta y el entorno. La investigación comenzó en el ámbito familiar. Los resultados fueron buenos. Tal vez alguno de esos alumnos descubra lo mucho que desconoce y su curiosidad lo lleve a ampliar su espectro un poco más.

Es probable que me acusen de anacrónico, pero pienso que ellos, como profesionales, desarrollarán su actividad en el país. El conocimiento de la cultura propia les aportará fórmulas válidas para transmitir mejores mensajes a sus coetáneos. La esperanza está en que en esas nuevas concepciones se retorne a aquello que es nuestro, que pertenece a nuestras raíces y que es nuestra herencia. Atahualpa Yupanqui decía que no se puede amar lo que no se conoce. Entonces, el primer paso es conocer. Los análisis sobre nuestra sociedad, se mire hacia donde se mire, insisten en marcarnos que estamos en problemas. Así el filósofo francés Jean Baudrillard expresa: “Pienso que hemos sustituido la dimensión histórica e ideológica por la banalidad absoluta. Heidegger decía que el precipicio del que el hombre no será redimido es la banalidad. Estamos en ella. Banalidad y crueldad se dan la mano, son dos extremos que coinciden. Se puede decir que la banalidad es lo más cruel que existe, porque termina por exterminar el sentido y el destino. Es de verdad la liquidación de todo. El sistema es nihilista. Ha aniquilado todo, hace funcionar la nada” (Baudrillard, 2001).

Por supuesto que la educación no es ajena a este panorama: “Buscamos interesar a los alumnos en lo que ya les interesa. Dejamos de creer en la posibilidad de encontrar una motivación genuina en la fuerza cognoscitiva y crítica de la cultura. Si el criterio de evitar el aburrimiento es lo que guía el curso, abandonaremos el pasado en aras de lo que es actual, reduciendo la escuela a un lugar de consumo del presente, que aliente la pura expansión de lo que ya se es o, más bien, de lo que se cree ser. Porque la confusa subjetividad juvenil, modelada sobre la base de la apelación consumista y publicitaria afirma la propia voluntad de ser así, como se es, rechazando todo intento de dejarse modificar por los saberes escolares, de confrontarse con la alternativa que ellos pueden representar” (Jaim Etcheverry, 2000).

Los diagnósticos son muchos y todos coincidentes. Las soluciones, en gran parte, están en las aulas. Los aportes que cada docente pueda hacer a sus alumnos, tal vez aparezcan miniaturizados en el contexto general, pero seguramente serán significativos para cada uno de ellos. No podemos cambiar sus historias personales, pero sí enriquecer sus futuros.

Bibliografía

- Baudrillard, Jean (15 de julio de 2001). “El crimen perfecto”, Buenos Aires: *La Nación* (entrevista de Paolo di Stefano).
- Burzaco, E. (5 de agosto de 2001). *Mañana es demasiado tarde*, Buenos Aires: *La Nación*.
- Fajardo Fajardo, C. (1999). *Estructuras, figuras y categorías en el arte de fin de siglo*, revista *Espéculo*. Madrid: Universidad Complutense.
- Filloux, J. C. (1960). *La Personalidad*. Buenos Aires: Eudeba.
- Fromm, E. (1982). *El miedo a la libertad*. Madrid: Editorial Paidós.
- Gaskins, I. y Elliot, T. *Cómo enseñar estrategias cognitivas en la escuela, Capítulo 3, Procesos mentales: Conocimientos*

previos para enseñar estrategias de pensamiento.

- González Leal, N. (2004). *Modernidad mediática: Lla lectura del mundo a través de la imagen*, en www.saladeprensa.org.
- Güiraldes, R. (1972). *Semblanza de nuestro país*, Buenos Aires: edición de sus herederos. Se trata de una pequeña obra (probablemente escrita en 1922/23), que vio la luz tras complicadas disputas hereditarias y con el dinero de la venta de muchos de sus manuscritos inéditos. Sólo se han impreso 1.075 ejemplares.
- Gutiérrez Sanz, Á. (2003). *La función social de la educación* Zaragoza: revista “Arbil” N° 80.
- Jaim Etcheverry, G. (6 de agosto de 2000). *Saber, educación y jerarquías*, Buenos Aires: *La Nación*.
- Jauretche, A. (24 de setiembre de 1959). *Los dos zoológicos y el teatro de Vacarezza*, diario *Mayoría*, incluido en *Prosa de Hacha y Tiza* (1974), Buenos Aires: A.Peña Lillo Editor.
- “La disciplina bien entendida empieza por casa” (30 de mayo de 1976), entrevista al profesor Mario Enrique Garda, rector del Colegio Nacional Urquiza de Buenos Aires: *Siete Días*.
- Mafud, J. (1985). *Los argentinos y el estatus*, séptima edición corregida. Buenos Aires: Distal.
- Marina, J. A. (9 de setiembre de 2001). *Somos ignorantes emocionales*. Buenos Aires: diario *La Nación* (entrevista de Susana Reinoso).
- Microsoft Encarta Encyclopedia 99 (1993-1998), *Cultura*. Washington: Microsoft Corporation.
- Moscovici, S. (1990). *La revolución de la imagen*, en revista *Fotobjetivo*. Buenos Aires: Vector Producciones.
- Savater, F. (18 de febrero de 2001). *Es preocupante que hoy se eduque con imágenes y no con ideas*. Buenos Aires: diario *La Nación*, (entrevista realizada por Juan Carlos Irigorri y publicada originalmente en el diario “El Tiempo” de Bogotá).
- Savater, F. (julio / agosto 2001), revista *El Correo de la UNESCO*, entrevista de Lucia Iglesias Kuntz, citado por Jaim Etcheverry, G. (23 de setiembre de 2001), *Cambiarlo todo*, Buenos Aires: *La Nación Revista*.

La formación de profesionales de mercado y el rol de la universidad

Guillermo Fernández

Así como uno de las premisas de la Especialización en Packaging es la orientación hacia la preparación de profesionales con aptitudes e iniciativas de liderazgo, en esta oportunidad considero conveniente remarcar otro elemento que he venido observando como factor común en muchos de los estudiantes actuales y es lo que se podría denominar como la dicotomía entre “el estudiante medio vs el estudiante mercado”

El “estudiante medio” es aquel que concurre a la Universidad con el objetivo, en principio cercano, de “ver lo que sucede” y evaluar rápidamente a través de un ligero ejercicio de la proyección si podrá concluir la carrera sin llegar a tener que, por ello, efectuar un esfuerzo demasiado importante.

Por el contrario, el “estudiante mercado” es aquel que ingresa a la Universidad con un objetivo claro y que va más allá de los esfuerzos que el obtener una especialidad le demande. Concretamente, sabe lo que busca y, más importante aún, tiene definido los pasos a seguir una vez concluida la carrera.

Su ejercicio de la proyección incluye variables no consideradas por el “estudiante medio” quien, por el contrario, no tiene en claro qué hará luego de especializado.

Ya en el último año de la carrera, y en lo que nos compete, la Especialidad en Packaging, las diferencias de criterios entre uno y otro estudiante son notables. El estudiante mercado es demandante, está incentivado, informado, y sabe lo que “afuera” le espera. Posee información y esto lo ubica en una posición ventajosa por sobre el resto.

Por lo que se puede apreciar en estos años, las proporciones de “estudiantes medio” son notablemente mayores respecto de los “estudiantes mercado” y esto, considero nos obliga a nosotros como docentes a efectuar replanteos de los lineamientos a seguir.

En verdad, el sistema educativo argentino y también la sociedad, muchas veces no prepara a nuestros jóvenes para lo que próximamente se les vendrá y así es que muchos estudiantes llegan a los últimos meses de su carrera universitaria con expectativas de colegio secundario y con falencias desde la preparación profesional.

En la Especialidad en Packaging, y en particular, en el área tecnológica se busca crear un concepto y un criterio de liderazgo y participación entregando las herramientas necesarias para que en definitivas, “el gran golpe” que signifique tratar de buscar un lugar en el mercado; aunque inevitable, resulte lo menos doloroso posible.

Así como no sobra el criterio, tampoco sobran profesionales realmente especializados en el mercado no sólo del packaging. La creciente necesidad de profesionales cada vez más capacitados nos incita a la iniciativa de tratar de transformar a los “estudiantes medio” en el modelo más parecido al “estudiante mercado”.

Como profesionales, no sólo de la educación, sino también del diseño nos encontramos en la obligación de hacer tomar conciencia a los estudiantes de la necesidad de una fuerte preparación en todos los aspectos que involucren al diseño de envases y a su entorno; porque diseñar envases no es sólo desarrollar su parte gráfica.

Diseño de packaging es investigación, análisis, criterio y tecnología. Este mix de características, correctamente conjugadas, terminan conformando a un profesional diferente y valioso en un mercado cada vez más exigente pero también cada vez más mal tratado por quienes sin el conocimiento adecuado, pero con mucho de oportunismo, intentan ocuparlo. ¿Cuál podría ser el aporte de la Universidad en pos de lograr estos objetivos?

Tal vez la planificación de pasantías para la última etapa de una carrera profesional, lo que incluye una especialización, podría entregar una primera respuesta.

En verdad, y para quien remite, esta sería vital para aquellos “estudiantes medio” carentes de todo tipo de conocimiento de mercado pero que sin duda precisan de esta valiosa dosis de capacitación.

A modo de ejemplo, podríamos citar a una de las universidades más importantes del mundo en asignatura de diseño de packaging: La Universidad de Michigan en Estados Unidos. Dicha institución presenta esta práctica como elemento fundamental para el desarrollo y la preparación de sus estudiantes, por ello el manejo de las mejores prácticas y, de nuestra parte, su imitación nos llevaría a un desarrollo elevadísimo de profesionales tal vez no sólo del packaging.

Para concluir, se podría decir que aquello que sostenía Gardner, y que citara el coordinador de la especialidad en una oportunidad anterior, acerca de que “la universidad no es el lugar para demostrar lo que se sabe, es el lugar para terminar de aprender, siendo la evaluación una simple excusa temporal y la práctica profesional la verdadera forma de conocer lo aprendido” puede avalar todo lo antes expuesto.

Entrenamiento de la percepción: Disparador de un diseño creativo

Carla Ferrari

Durante el 2005 dicté las asignaturas Taller de Reflexión Artística I y II. El temario centrado en la historia del arte abarca los siglos XIX y XX en la primera y desde la prehistoria hasta el Renacimiento en la segunda. Estos talleres se articulan teniendo como objetivo que los contenidos teóricos tengan una bajada práctica al diseño, un pensamiento reflexivo sobre el arte para después poder introducirlo al diseño. Aparte de los contenidos teóricos, es fundamental enseñar a ver, entrenar nuestra percepción; como dice Rudolf Arnheim: “(...) Nuestras experiencias y nuestras ideas tienden a ser comunes pero no profundas, o profundas pero no comunes. Hemos desatendido el don de ver las cosas a través de nuestros sentidos... Nuestros ojos han quedado reducidos a instrumentos de identificación y medición; de ahí que padezcamos una escasez de ideas susceptibles de ser expresadas en imágenes y una incapacidad de descubrir significaciones en lo que vemos.

El mero contacto con obras maestras no es suficiente... Se ha dejado adormecer nuestra capacidad innata de entender con los ojos, y hay que volver a despertarla. La mejor manera de lograrlo estaría en el manejo de lápices, pinceles y quizá cámaras fotográficas...”

En Taller de Reflexión Artística I se ha realizado un paralelismo entre Europa y Argentina, en el lapso de 1880 a 1910 cuando la reorganización y crecimiento urbanístico de Buenos Aires fue realizado sobre modelos Europeos. Por esas épocas la clase dirigente argentina pasaba sus temporadas en París, y poco a poco iba importando de allí sus modelos: Primero una fuente, luego un palacio, más tarde un boulevard o un parque; al fin, un barrio completo. Se conformaban así sectores enteros de Buenos Aires que imitan fragmentos parisenses: la Avenida Alvear, la plaza San Martín, el sector de Palermo Chico. A su vez, las principales capitales de provincia trazaban sus parques y abrían sus avenidas en un juego de reflejos especulares que transmitía, a escala menor, los signos evidentes de tal proceso de transculturación.

Hacia finales del siglo XIX la Argentina era una democracia progresista en plena transformación. En esos años el país fue escenario de una inmigración a gran escala procedente de Europa así como la llegada masiva de capitales extranjeros. Se produjo entonces un rápido desarrollo de los ferrocarriles y comenzaron a aparecer áreas residenciales para una floreciente clase media de funcionarios, comerciantes, industriales y banqueros. Así iba surgiendo también una nueva generación con una visión del mundo más internacional que la de las viejas familias criollas que habían construido laboriosamente la república. Colonos e inversionistas eran bien recibidos en el