

bajo la bandera de la funcionalidad, falsas necesidades y hasta moda...

Creemos en libertad de moldes, con propósito, con destinatario y para satisfacer en el uso de nuestro objeto-diseño una de las más bellas sensaciones humanas: descubrir.

### ¿Que es el diseñador?

Qué es el hombre preguntaba Kant o mejor dicho cuál es su "papel". Preguntamos qué es quien diseña, dónde se ubica. El diseñador crea un objeto-diseño en una realidad que le pertenece a otro. Ocasionalmente será también él mismo destinatario de su creación y esto lo pone frente a un dilema. El Diseño es siempre una concurrencia de voluntades entre el diseñador y el destinatario de su obra, pero esta relación con fuertes rasgos de unidireccionalidad se vuelve bidireccional si el objeto-diseño puede llegar a ser usado por el diseñador.

Ejemplificando, un parque público tendrá la complejidad de ser ejecutado para un ente, tener miles de usuarios y tener la complicación adicional de tenernos a nosotros como usuarios potenciales. Hay dos posiciones donde ubicarse: a. "Narrar" en 3ª persona, b. "Narra" como testigo. Ambas posiciones se presentan difíciles para el diseñador, extrapolarse puede parecer más justo, pero implicarse es seguramente más honesto.

Las respuestas a estas preguntas no serán del mismo tenor a lo largo de nuestra vida-carrera, vale revisarlas y contestarlas periódicamente para no perder tras la costumbre y comodidad el deber moral del Diseño: la esencia trascendental y lúdica.

## El ejercicio de las relaciones públicas Formación de profesionales

Carlos Raúl Castro Zuñeda

Los jóvenes que desean incorporarse al campo de las Relaciones Públicas tendrán que formarse para el ejercicio de una actividad dinámica, que exige un desarrollo profesional continuo.

Deberán prepararse para el hacer, capacitarse técnicamente para la aplicación de habilidades concretas en el ejercicio pleno del trabajo.

No pueden entonces carecer de la información necesaria para aplicar en el campo del research, de la investigación, nutriéndose en la psicología y la sociología, materias que le permitan aplicar métodos de análisis cuali-cuantitativos, para las auditorías de identidad e imagen; para la identificación y conocimiento de los públicos, de la opinión pública.

Psicología, psicología social, sociología, sociología del trabajo deben entenderse por lo tanto como asignaturas troncales, que hacen al ejercicio mismo de las comunicaciones institucionales.

Aprender a trabajar en equipo, a liderar equipos es una necesidad básica que un curso sobre dinámica grupal podrá satisfacer y el mismo debe ser entendido como muy importante.

Las teorías de la comunicación son el marco indispensable para que los profesionales de relaciones pú-

blicas, puedan analizar distintas propuestas de actuación a partir de tener clara la influencia de los medios, sus efectos; ya que los distintos modelos propuestos serán de aplicación en el campo laboral. Comprenderán los estudiantes que la asignatura que las contenga es troncal. Tan troncal, como las materias que hacen a la cotidianidad de la labor profesional, enraizadas en las llamadas asignaturas centrales: Gerenciamiento de la identidad y la imagen; públicos y comunicaciones internas; públicos y comunicaciones externas; planificación de las relaciones públicas; redacción; oratoria; periodismo; diseño; publicidad; marketing; promoción; planificación de medios. Deberán entender que el mercado laboral contemporáneo funciona en términos de comunicación integrada o de 360°.

Asimismo deben poseer conocimientos (saber y entender) sobre todos los aspectos que le proponen los factores intervinientes en la sociedad; en el escenario multicultural, tecnológico, caracterizado por el cambio veloz en que deberán desenvolverse, tendrán por consiguiente que sumar a la capacitación de habilidades, una educación integral.

Se desprende de este concepto que también tendrán que pensar como troncales, centrales, a las materias cuyos contenidos les brinden el conocimiento pleno del mundo político, económico, jurídico, entre otras; que les reflejen las tendencias que impactan en el mundo de las organizaciones a las cuales deberán asesorar.

Si éstas son las obligaciones a las que deben adherir los estudiantes, éstas son las obligaciones que debemos asumir los profesores.

Los profesores, si queremos convertirnos en maestros, debemos educar, compartir con los alumnos no solo habilidades, experiencias, casos concretos de la profesión, sino también conocimientos que les permitan vivir la profesión a partir de sentirla integrada al escenario público, a la sociedad, comprendiendo que cada campaña que planifiquen estará influenciada por actuaciones políticas, por cambios en la economía, por la incorporación de nuevas tecnologías.

Pero también educamos desde la cátedra cuando les enseñamos a cumplir con la presentación de los trabajos en tiempo y en forma.

Cuando le proponemos el ejercicio de la lectura y su comprensión, de apuntes y textos académicos y, promovemos la lectura de diarios y revistas, de libros biográficos, de ficción, de política que les amplíe s visión del país, del mundo.

Cuando los incentivamos al buen uso de Internet, a la búsqueda e investigación en un soporte contemporáneo que brinda un caudal casi infinito de información. Que no le tengan miedo a Wikipedia, a los *blogs*, que los sepan analizar, extrayendo lo positivo y superando los negativo de tales soportes.

Educamos a nuestros alumnos, en el diálogo, proponiendo el debate de temas de interés público, substrayéndolos del negativo monólogo de dos.

Educamos cuando les damos clases de comportamiento social e, instamos al encuentro diario con un saludo amable, con un buenos días, buenas tardes, un disculpe, un te puedo ayudar en algo.

Y también lo hacemos cuando en ejercicio de la

empatía, nos ponemos en el lugar de ellos y colaboramos en la afirmación de su personalidad.

Educamos cuando ponemos el hacer profesional en el marco del deber ser que marca la ética.

Educar implica para los profesores (maestros) un estado permanente de vigilia con el grupo de estudiantes, no de control, sino de supervisión, de asesoramiento, de acompañamiento.

Compleja es la tarea de los alumnos de Relaciones Públicas, más compleja debe ser la labor de sus profesores.

Si capacitamos, si educamos le entregaremos a la profesión hombres y mujeres íntegros que la harán crecer.

Si lo hacemos con vocación, el esfuerzo no nos afectará con el temible burnout, la cabeza quemada, que afecta a tantos docentes. El cansancio, la fatiga psíquica no nos alejarán de nuestra obligación: Capacitar y educar.

## Diseñar el espacio Didáctica de la percepción espacial y el proyecto tridimensional

Roberto Céspedes

En las disciplinas del Diseño parece que resulta más sencillo el desarrollo de la bidimensionalidad que la actividad tridimensional. Es habitual que la influencia de la tarea gráfica condicione fuertemente la actividad proyectual. No sólo los prototipos gráficos, sino también aquellos vinculados al hábitat - al ser representados en *plantas* y *vistas* - son tratados como elementos planos a componer con las leyes propias de la proyectual planimétrica.

Sin embargo, tanto en unas como en otras especialidades del Diseño, al avanzar sobre los envases, los productos industriales, la indumentaria, la publicidad tridimensional y el espacio tanto interior como arquitectónico, se hace fundamental la concepción y el tratamiento del volumen, la corporeidad de los objetos y, finalmente, el *espacio*.

Esta situación, por obvia que parezca, resulta bastante difícil de incorporar como concepto para la gran mayoría de nuestros alumnos. La percepción y el diseño en tres dimensiones exige una serie de competencias y habilidades que son claramente diferenciales y que, por tanto, requieren de otro tipo de entrenamiento para su desarrollo.

En el campo de la Arquitectura y del Diseño de Interiores, desde Vitrubio a nuestros días, dejando de lado las discusiones ideológicas, los aspectos a tratar han sido siempre de carácter funcional, tecnológico o morfológico (cualquiera sea el orden en que los mencionemos). En este último ítem, la historia del arte ha recorrido diferentes y 'tortuosos' caminos para la concepción y representación del espacio y, aún más, para concebir el tratamiento de la tridimensionalidad como una problemática independiente en la plástica universal.

Cuando se pretende diseñar el interior de un recinto, no sólo se trata de distribuir el equipamiento en la planta del mismo y componer posteriormente sus paredes siguiendo las leyes del equilibrio formal en auge sino,

sobre todo, de buscar la construcción del espacio y el manejo consciente de la expresión, percepción y emoción que el mismo genera en quien lo va a vivir, recorrer o habitar.

"Para tener una comprensión completa de la arquitectura desde un punto de vista perceptual es necesario estudiar aquella complicada percepción que se llama espacio y lugar arquitectónico. [...] Al empezar el estudio del lugar y espacio percibido, se descubrirá inmediatamente que esta percepción es muy compleja, que en ella participan distintas modalidades perceptuales pero que a pesar de esto la percepción en sí aparece como una unidad o *Gestalt*."<sup>1</sup>

La didáctica del Diseño de espacios supondrá entonces, una sensibilización en esta forma de percepción y su posterior dominio para el desarrollo de intencionalidades y su traslación a los proyectos. Se trata de ayudar a los alumnos a adquirir la 'disposición interior' que según Jaensch es necesaria para la captación del espacio y sus particularidades. De ese modo, entre otras ventajas, se abriría la posibilidad de salir de los consabidos planteos ortogonales con aristas yuxtapuestas en compartimentos secuenciales y aventurarse en propuestas audaces más próximas al "Gelbes Herz".<sup>2</sup> Por último, es una forma de acercarse a lo que Hall llama 'burbuja' en su teoría de la proxémica.

Al percibir un espacio interior, la atención se dirige desde un punto determinado en distintas direcciones y la experiencia está íntimamente asociada a una concepción del espacio que lo rodea a uno.<sup>3</sup> Claramente el observador es el centro de su mundo perceptual y la experiencia del espacio interior está directamente relacionada con esta estructura perceptual diferenciada.

La experiencia compleja de la percepción espacial está conformada según Hesselgren por elementos visuales, percepciones hápticas y táctiles, sensaciones auditivas y quínticas y, en último término, concepciones de la memoria. La vista como una 'manera impresionista' de mirar, las percepciones de proximidad o lejanía que nos aporta el tacto, el eco o reverberancia que transmite amplitud y direccionales, el desplazamiento que da una apariencia de visión cambiante y, finalmente, la actividad de la memoria que nos hace recordar que aspecto tiene la parte de la habitación que queda a nuestras espaldas después de entrar, conforman sumadas esta suerte de nueva dimensión perceptiva que nos ocupa.

Para tal competencia humana y para su correlato profesional - esto es, la anticipación intencional, para el manejo previo de dichas sensaciones, en el diseño de espacios interiores - es necesario un entrenamiento adecuado articulado por estrategias didácticas que contemplan su complejidad a la vez que no descuiden ninguno de sus componentes.

Sin la intención de agotar las posibilidades, sino más bien como un aporte para las actividades áulicas de los talleres de diseño, quiero apuntar en este trabajo un par de estrategias ya realizadas con los objetivos antes mencionados que pueden servir de punto de partida para experiencias similares adaptadas a cada circunstancia según el caso.