

- Cuentos para contar, es el diseño y producción de un libro de cuentos de autores argentinos o extranjeros.
- Cultura Joven y Raíces, este concurso consta en la realización de una revista cuyos contenidos reflejen personalidades, opiniones y actividades vinculadas a la cultura latinoamericana.

La lista continúa de esta manera con muchas otras temáticas que tengan que ver con la asignatura que los estudiantes estén cursando, alguno de los concursos pueden tener cabida en más de una materia, son un total de cuarenta y un concursos.

Así, a partir de la elección de los mejores proyectos, se realiza la entrega de premios para los ganadores de los primeros, segundos, terceros lugares y menciones.

Los alumnos, no sólo reciben el reconocimiento institucional, sino también el de diferentes empresas que donan sus productos y los acercan a la universidad para poder entregarlos el día del evento.

Muchas veces, estas empresas buscan tener una participación activa y comparten el entusiasmo de los ganadores, entregando personalmente el premio.

Por su lado, la universidad les brinda a cambio todos los medios que están a su alcance para la comunicación y difusión de su producto o actividad.

No siempre es sencillo poder transmitir a las organizaciones la importancia que esto tiene para nuestro alumnado y el incentivo que significa para muchos de ellos. Pero, con el correr del tiempo se está logrando un mayor compromiso de las mismas.

Esto genera una participación cada vez mayor de los estudiantes que vienen acompañados por sus familiares y amigos a la hora de recibir su distinción.

La ceremonia de entrega de premios no es un trabajo que deba asignarse a personas que no tengan la pasión necesaria para crear cosas especiales.

Las celebraciones sólo prosperan cuando en ellas se comprometen activamente varias personas, y con el compromiso y entusiasmo de las autoridades.

Al celebrar, se pone de manifiesto la visión, cultura y valores de la institución, en este caso la universidad como organización que convoca y premia. Hasta los detalles más sutiles llevan implícito el mensaje de qué y quién cuenta.

Celebrar es un acto artístico, creativo y afectivo, y nunca estará mal visto si proviene del corazón de cada uno de los individuos que lo organiza.

Al organizar un evento como entrega de premios, debemos retar las barreras de la creatividad y establecer un ejemplo de apertura e imaginación, de esta manera el incentivo es mayor tanto por parte del que recibe el premio como del que lo entrega (organizaciones que participan y autoridades académicas)

Asimismo hay una abundancia de sentimientos en las celebraciones, algunos son internos pero muchos de ellos se dan en relación con los demás (docentes, compañeros, autoridades, familiares y amigos). Hay un sentido de pertenencia y tradición.

El éxito de una celebración es el resultado de la combinación de unión y un sentido compartido de comunidad. La Facultad de Diseño y Comunicación quiere con este tipo de actividad crea elementos que motiven la crea-

tividad, delineando una estructura sólida de producción y un espacio libre para la espontaneidad, creación y formación profesional de sus estudiantes.

## Integrar el diseño

Hernán Salem

### El diseño microemprendido

La incorporación del diseño como factor de diferenciación en un producto, aplicada a un producto producido por un microemprendedor, debe ser una tarea no menor que un diseñador debe realizar en su carrera profesional.

Una de las claves esenciales en este trabajo de diseño fue la búsqueda de las dificultades que encontraban los productos producidos por emprendedores o microempresas. Muchos de estos objetos a veces carecen de factores de diseño, que son los que lo hacen tener un valor agregado extra, y les permite de esta manera conquistar otros escenarios de mercados.

Ocurre que en muchos casos el producto de un pequeño emprendedor queda reducido a moverse dentro de un mercado de microemprendedores y no poder salir al ruedo de competir en mercados de mayores niveles competitivos.

Y es en este caso en donde el diseñador debe aportar todo el conocimiento que posee para generar en un producto, un concepto o un servicio, que una pequeña pyme produzca o preste, el necesario valor agregado, la cuota de diseño para lograr esa posición.

### Diseñando para un entorno

Es fundamental conocer todo el entorno completo en donde se va a desarrollar la producción del diseño en cuestión. Entiéndase como entorno o escenario de trabajo no solo donde vamos a posicionar el producto, sino también a su productor, los proveedores de materias primas, las tecnologías disponibles y los productos con los que va convivir y competir, el objeto que generaremos. Se debe estudiar, observar y sacar conclusiones de las posibilidades de producción que el emprendedor posee. Esto sitúa al diseñador en el marco real de diseño, lo hace pensar en un producto con condicionantes concretos y resoluciones reales.

### Una postura con diseño

Es importante que el microemprendedor comprenda los beneficios que el diseño le otorgará a su producto. Este debe sentirse incluido en todo el desarrollo del mismo desde el principio. El diseñador no debe trabajar desde un lugar ajeno al emprendedor, no debe presentar solo resultados y soluciones al microemprendedor, tiene que trabajar junto con él en el proceso de generación de alternativas. Más allá del resultado concreto al que se va a llegar, hacerle comprender que este método, el de aplicar un programa de diseño a su producto o servicio, le generará grandes posibilidades de diferenciación y valor a lo que el desarrolle. Se deben utilizar lenguajes sencillos y de fácil comprensión, pero con contenido que le permita ser asimilado, para que, a largo plazo en

futuras experiencias de diseño pueda aplicarlo en futuros emprendimientos.

### **Diferenciando el producto**

Destacar las características que permitan posicionar o diferenciar el producto es importante de destacar en el proceso de diseño, y en el producto final.

Algunos puntos interesantes para destacar:

- El detalle de producto generado a través de una pequeña empresa, es una característica interesante para ubicarlo, por ejemplo, en un escenario de comercialización de trato justo.
- Características del sistema productivo, mano de obra que provenga de cooperativas y asociaciones civiles.
- Utilización en la producción, materias primas recicladas o reciclables.
- Certificar líneas de producción como productos de redes de comercio justo, cooperativas o microemprendimientos.
- Productos realizados acordes a normas de producción y sustentabilidad ambiental.

### **Integrándonos a la sociedad**

Estos son sin duda algunos de los conceptos a seguir para lograr una integración del diseño a diferentes áreas algunas a veces no tan exploradas, pero que pueden dar sin lugar dudas grandes frutos, al congeniar el trabajo del diseño junto con el de los microemprendedores.

Es de vital importancia que el diseñador comprenda que el diseño debe llegar a todos y a cada uno de los integrantes de la sociedad, a veces de manera más sutil o menos evidente en otra, pero que el diseño este al alcance de todos, no debe ser solo una frase de deseo, sino un discurso de realidad.

### **Epílogo abierto**

Este escrito surge de las experiencias de trabajo que se está realizando en este momento junto a la cooperativa unión de emprendedores, incubados dentro del programa pymes, dependiente de la municipalidad de San Martín, bajo el marco del financiamiento del CISP, *Comitato Internazionale per lo Sviluppo dei Popoli*, de Italia, una ONG dedicada a la integración y desarrollo de los pueblos.

Los productos que se desarrollaron corresponden a una línea compuesta por artefactos de iluminación, calzado y elementos decorativos, entre otros, presentados en septiembre de 2006 en EPSAM (Exposición de Municipio de San Martín) con gran aceptación del público.

Forman parte además de un catálogo que se presentará a principios de 2007 en un intercambio de comercio en la ciudad de Roma, Italia.

Han sido seleccionados además, en conjunto para ser parte de un catálogo de exportación dependiente de Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.

Algunos de estos productos fueron adquiridos por importantes casas dedicadas y referentes en el país del rubro equipamiento y decoración.

Este es el comienzo de la que se espera sea un oportunidad interesante para fomentar e integrar el diseño y generar mayores lazos de compromiso social y crecimiento.

## **La escritura en la universidad La dialéctica de la trans-formación**

Mariela Salgado

La relación existente entre la escritura y los procesos cognitivos de pensamiento está siendo analizada por docentes y especialistas desde hace mucho tiempo.

Estos avances permiten dar cuenta de la importancia de la escritura como promotora de objetivación y distanciamiento respecto de su propio proceso, en la que el escritor evalúa su propio texto desde una perspectiva más próxima a la de un lector externo.

Ésta es la dialéctica que subyace a la problemática. Más que pretender que los alumnos repitan fórmulas para la realización de trabajos prácticos, los docentes deberíamos ayudarlos a interiorizarse en la tarea de escritura y que ésta, a su vez, transforme los procesos de pensamiento.

Sería iluso pensar que el alumno, por ósmosis, puede acercarse a la lecto- escritura cuando, en su propio entorno, no abundan ni las instituciones ni las prácticas que lo motiven a realizar estas actividades: el alumno, por lo general, cuenta con muy poca cultura global (es decir, sólo posee una cultura "parcial", acerca de determinado artista o grupo musical, de determinado tema, de determinado estilo o tendencia, etc.) y no está habituado a leer, ni siquiera los periódicos o las revistas especializadas, además consume mucha Internet, pero no con la finalidad de investigar y analizar problemáticas, sino para "chatear" mediante el uso de un nuevo lenguaje, creado a partir de la supresión de letras, signos de puntuación y, por qué no, creatividad.

Ni hablar de la pérdida del diálogo cara a cara, que trae aparejados la falta de compromiso de quien se comunica con su interlocutor y la ausencia de la comunicación no verbal, que daría cuenta de la veracidad o falsedad de los enunciados en la comunicación, al mismo tiempo en que se están produciendo.

Tal como los hijos copian las buenas actitudes de sus padres, los malos hábitos también se copian: es decir, encontramos que muchos alumnos no leen porque tampoco leen sus padres, quienes tendrían que darles el ejemplo.

La adquisición y el desarrollo de habilidades y estrategias maduras de lecto-escritura exige un entrenamiento sistemático y especializado. Éste debería comenzar en la escuela secundaria y continuar en el ámbito universitario, que es la etapa en que se está en una óptima condición cognitiva.

A veces, la tarea misma de escritura se ve obstaculizada por la dinámica de la enseñanza. El alumno se pregunta múltiples veces: "¿Para qué voy a escribir?", "¿Quién va a querer leer lo que yo escriba?", etc. La respuesta es una: el profesor, lamentablemente.

Si el docente termina siendo siempre el único lector de los textos producidos en clase, entonces cada alumno se verá desanimado. ¿Por qué no proponemos que el alumno muestre sus propias producciones en su casa, para que sus padres y/o hermanos puedan establecerle críticas que lo ayuden a reflexionar y perfeccionar su escritura? ¿Por qué no hacemos "circular" los escritos