

En estos casos el diseñador puede decidir que se estampe en prenda (aumentando así, el costo del producto), o modifica la estampa cambiándola por otro proceso, más adecuado para producir en prenda.

- Confección: este es de muy simple armado, solo se necesita una máquina *overlock* 3 hilos, e hilo de poliéster, para el armado general de la prenda y una boquilla para adjuntar a la máquina al armar el cuello con una costura que se llama collareta. Pues bien, existen diferentes boquillas las cuales tienen diferentes medidas, y el problema se efectúa cuando el taller o la fábrica no dispone de la boquilla correcta según la medida de cuello diseñado. Los hilos colores y cantidades también son un problema, cuando se utilizan colores atípicos: los costos se modifican y los tiempos productivos se dilatan esperando *stock* del material designado por el diseño desarrollado.

- Lavado y planchado: es el último proceso, la clave de la producción, puede mejorarla, o arruinarla para pasar a ser una producción de segunda. Es muy importante que el diseñador tenga en cuenta los materiales, teñidos y procesos previos del producto a lavar semi terminado; ya que éstos no siempre se mantienen según el diseño original, pueden variar según los inesperados cambios de la producción. Si se ha cambiado el método de estampa, los colores combinados, apliques, sobre todo avíos, cintas y apliques, será necesario efectuar una muestra de lavado antes de realizar la producción total. Es necesario una especial atención cuando existe combinación de fibras (Ej: poliéster-algodón) o combinación de diferentes acabados (Ej: algodón crudo, algodón teñido, es probable que uno sangre y tiña al crudo).

Ahora bien, la tarea del diseñador es diseñar, sin embargo, en el mercado de la moda e indumentaria la producción se convierte en una especie de mal sueño para el diseñador, quien tiene que continuar su tarea rediseñando sobre lo que diseñó, rearmando sobre lo que se complicó, abasteciendo de ideas al sector de la producción. La tarea se complica cotidianamente, por lo que es de suma importancia una clara comunicación en el circuito de diseño, producción y venta de este rubro. Me refiero con esto que no alcanza una “ficha técnica de producto” para un circuito productivo o un “catálogo de venta” para el departamento de ventas (sea mayorista o minorista). Para anticiparse a posibles problemas y disminuir situaciones de rediseñar un diseño, es necesario estar en contacto personalmente con todos estos departamentos, promover el *face to face*, estimular situaciones de opinión y manejar las necesidades de todos los actores de este extenso circuito.

“Diseñando diseños” si bien suena redundante, no es más que una expresión que intenta, desde lo concreto, explicar la “redundante”, labor del diseñador. Éste que continuamente busca el límite de su tarea, el que es llamado a intervenir en varias áreas e inexorablemente en todos los momentos del proceso, desde que es fibra hasta que se convierte en una prenda colgada en el perchero de un local.

Una teoría para diseñar, no existe, una forma para rediseñar un diseño, tampoco. Una síntesis es posible... quizá éste sea un comienzo.

## Gimnasio para musas

Diana Sorkin

Sabemos, quienes nos dedicamos al diseño, que la creatividad no es resultado de la inspiración. Cuando nuestra intervención profesional requiere de soluciones ingeniosas, allí no hay espacio ni tiempo para esperar la llegada de las musas, aunque en las cabezas de algunos afortunados bailen muy a menudo... En lugar de esperar que asomen, bueno sería tentarlas para que se acerquen, ejerciendo una seducción tal, capaz de tener un grupo bastante nutrido de ellas a disposición, para cuando la necesidad apremie.

La mejor forma de lograr esa atracción es ejercitarse haciendo la gimnasia que nos propone cada uno de los trabajos prácticos de la Universidad, que son el espacio indicado para probar, experimentar y fomentar el ensayo de soluciones que en la vida laboral sería imposible llevar a cabo (no por irrealizables, sino porque el margen de error muchas veces no nos permite soluciones demasiado arriesgadas, y porque tampoco tenemos siempre a mano a un grupo numeroso de colegas que dediquen su tiempo a reflexionar sobre nuestro trabajo, sinergizando el resultado). El taller funciona como un gran laboratorio de “prueba y error”, en el cual la mirada de los otros enriquece y aporta al trabajo individual, haciendo del mismo un resultado muchísimo más sólido y complejo. Quienes conforman parte de ese grupo son, en cierta forma, “socios creativos” (tanto el docente como los demás alumnos) de cada uno de los proyectos, aportando su propia mirada y experiencia.

Muchas veces actuando como “abogados del diablo”, cuestionando decisiones, se permite que durante el proceso de aprendizaje el alumno consolide su discurso, aprenda a justificar ordenadamente sus ideas, y se lleve unas cuantas preguntas “para que las musas no se anquilosen” con el tiempo.

El descubrimiento y la internalización de una metodología de trabajo propia –porque considero que no existe una única forma de abordar los problemas– hacen que el futuro diseñador se aliste para enfrentar una vida profesional sin fisuras. Aprender a diseñar es aprender a pensar, a ordenar las ideas, clasificarlas y jerarquizarlas; pensando por supuesto estas cuestiones en forma visual, buscando una forma eficaz, decodificable y bella para poder comunicarlas. La investigación y relevamiento de datos sobre la temática en cuestión es parte fundamental del proceso de trabajo, para poder arribar a un partido conceptual novedoso. Quienes piensen que diseñar es sólo hacer “bonitos dibujos” se están quedando con una sola parte de la “historia”... Como profesionales de la comunicación, ejercemos una responsabilidad que excede la forma, pero que se vale de ella para poder ser efectiva. Tanto el concepto como la materialidad son partes necesarias de una misma “cosa” (y una sin la otra sería por separado algo diferente a Diseño Gráfico...).

Resolver problemas de comunicación es nuestro quehacer cotidiano, y podemos jactarnos de optimistas aquellos diseñadores que al recibir un planteo poco claro de

un problema, lo buscamos hasta dar con él; porque sabemos que al encontrarlo, la solución está más cerca... La investigación resulta necesaria, ya que a raíz de ella podemos encontrar alternativas válidas para darle entidad. Esa habilidad adquirida de discriminar el asunto en cuestión, nos tranquiliza, y nos permite jugar con las distintas soluciones posibles. Genera angustia y bastante frustración, sobre todo en los primeros años de estudio, tener en mente una solución que tal vez sirva, y verificar que las posibilidades técnicas no le permiten a uno poder “bajar a la realidad” ese concepto. Es por eso fundamental, fomentar en el alumno cierta objetividad respecto al trabajo realizado para que pueda ser permeable a los comentarios que se pudieran hacer sobre el mismo, a fin de aprovechar al máximo el debate y fortificar así la propuesta individual.

Este punto se trabaja en el taller, siendo una condición importantísima a tener aprendida para los años superiores de la carrera: en la medida en que entendemos que cuando se critica “lo que hice” no se me está juzgando a mí, es cuando puedo opinar libremente yo también sobre lo realizado, defendiendo o modificando aquellos puntos débiles que hacen que la propuesta flaquee, si es que así lo hace.

El hecho de trabajar todo el taller compartiendo una misma consigna, permite ir chequeando con el resto del grupo las distintas posibilidades de resolución de problemas similares, poniéndonos en el lugar del otro y participando activamente del proceso de trabajo de los demás. Eso multiplica la eficacia de cada ejercicio. Es enriquecedor, tanto para docentes como para los alumnos, y es una experiencia que tiene lugar tan sólo en el marco del grupo. Es por eso que el manejo de la dinámica es fundamental para que el grupo se conforme y todos encuentren el modo de poder participar y expresarse haciendo su aporte. Al verbalizar las ideas el alumno internaliza los conceptos y también puede ir verificando o corrigiendo conceptos certeros o erróneos respectivamente.

Así como Steve Zissou embarca a toda una tripulación en busca de ese “tiburón atigrado” del cual ha sido único testigo en la película “La vida acuática” (dirigida por Wes Anderson), los diseñadores somos capaces de lograr un entusiasmo por simpatía cuando tenemos la certeza de haber encontrado una buena idea. Ese mismo esmero se consigue durante la cursada, cuando el alumno encuentra esa idea que tanto estaba buscando.

Pero esos tiburones, como buenas “musas con disfraces submarinos”, tampoco aparecen solos... para que aparezcan hay que estar buscándolos, producir material generando espacios de encuentro para así poder “pescarlos”... La satisfacción de encontrar una buena solución y la euforia por mostrarla a los otros, es un buen síntoma de cuánto estamos disfrutando nuestro trabajo, y eso es suficientemente tentador para que cualquiera se suba a nuestro barco...

Estoy convencida que las buenas ideas son contagiosas, y también resulta que hacen nuestras vidas un poco más felices; tanto por solucionar el problema –logrando el objetivo–, como por el placer mismo de la búsqueda (del mismo modo que al elegir un regalo para alguien, disfrutamos a la par del regalado mientras lo buscamos o al saberlo bien recibido).

Ejercitarse para lograr el “arrime de las musas”, y así ser mejores profesionales es parte del disfrute... Si los alumnos descubren ese goce, la tarea está cumplida.

## Proyecto de enseñanza y aprendizaje de tecnologías. Aprender investigando el mercado

Silvia Stamato

Este artículo trata de hacer un aporte metodológico al proceso de enseñanza y aprendizaje de la tecnología de Investigación de Mercados.

En el proceso de enseñanza y aprendizaje de una tecnología se pueden asumir dos actitudes, transmitir “conceptos” con finalidad en sí mismos o enseñar maneras de teorizar el mundo, actuar y comunicarse con él. Si se asume la primera actitud, puede que no se obtenga el resultado pedagógico esperado, debido entre otros factores a la creciente falta de motivación por los estudios teóricos entre los alumnos.

Si se elige la segunda actitud, es posible focalizarse en la transmisión de un conjunto global y totalizador de conocimientos que les permita a los alumnos insertarse y orientarse en el mundo: el saber, el saber hacer y el saber ser, se integran.

Desde una visión ontológica, el proceso de enseñanza-aprendizaje de la investigación de mercado debe seguir el modo de adquisición de hábitos, es decir de habilidades, conocimientos, conductas y técnicas, tal como se da en el hombre naturalmente y espontáneamente. Toda conducta humana se origina en el conocimiento y éste en la experiencia. Empezamos a conocer por los sentidos y recién al final del proceso llegamos a la abstracción.

La experiencia es un acto vital de encuentro del hombre con la realidad. El sujeto abierto a la realidad, desea relacionarse y tener una experiencia con el objeto, busca conocerlo y retenerlo en la memoria.

Además, considerando la experiencia entre sujeto y objeto desde la realidad del contexto, éste presenta distintas dimensiones:

- Humana y personal, porque el fin de todo aprendizaje es propender a la autonomía del individuo y a su realización como persona. Representar situaciones concretas y tomar decisiones racionales frente a situaciones problemáticas, evita el uso de “recetas” que exigen una prescripción de comportamiento y crean dependencia.
- Cultural, social y ética, es necesario aprender a actuar con responsabilidad y respetar al otro, escucharlo, comunicarse, establecer diálogo, cooperar, trabajar en equipo, resolver conflictos
- Económica, se abre la oportunidad de saber y poder hacer aplicando recursos a un proyecto concreto: diseñar e implementar un proyecto de investigación de mercado.