

va”, intelectual, lógica, es el ámbito de la razón.

El consumidor se balancea constantemente entre lo objetivo y lo racional, el deseo es el motor de la demanda, que luego puede canalizarse como impulsivo o racional.

El consumo al estar situado en un espacio simbólico, ante una necesidad, tiene varios satisfactores.

Lo concreto es que tenemos algunas necesidades básicas de nuestra condición humana y otras derivadas de la interacción social (por ejemplo el consumo de cigarrillos; si alguien le pregunta a un fumador, él responde que si bien no es algo que necesita biológicamente, es “necesario”, además está cargado de varios significados que “completan al sujeto”, es lo que se llama objeto transicional, que le significan al sujeto la presencia simbólica materna, se dice que todo ser humano ansía (a nivel sumamente inconsciente, volver a al útero materno, donde todo era plenitud, recibíamos mimos y no hacíamos otra cosa que dormir y comer.

Es así, que si analizamos el mercado real veremos que estamos rodeados de infinitos objetos/imágenes transicionales. ¿Cuánta ropa necesitamos realmente para estar abrigados?, ¿La tecnología cada vez más compleja y más cara es una necesidad biológica?.

Es un tema para analizar en cada cabeza y entender hasta donde las imágenes afectan no sólo nuestra elección sobre un producto u otro, sino que “llenando” esa necesidad, esa ausencia del placer de la situación ideal anteriormente descriptiva, logran efectuar el objetivo mayor del *packaging*: fidelidad a la marca/ producto.

Decíamos entonces que el consumo es un consumo simbólico, en el que se demandan y ofertan imágenes de productos y servicios. Por ejemplo: “...si es Bayer, es bueno”, aún cuando no probamos sus productos o nunca podamos evaluar sus drogas.

No solo hablamos de imagen de marca, también de productos en cuanto a sus componentes intrínsecos las tienen.

Por eso es muy difícil confiar en un *shampoo* que no genere espuma, en un comestible negro u azul, o una dieta sana que no incluya verduras.

O por ejemplo ¿Compraría unos fideos cuyo nombre sea “Doña Ana” o uno que se llame “Mucosas verdes”? La imagen, no sólo palpable, también las frases o palabras que usáramos en un *packaging*, hacen definir la elección de tal o cual producto.

El ser humano es un ser deseante. Por eso su deseo, no de ningún objeto en particular, está en múltiples objetos.

Nosotros mismos nos creamos en base al consumo de tal o cual producto... a la imagen de otro, sí, exactamente, nos constituimos como personas a través de la mirada del otro, en una especie de espejo. No compro Levi’s por el *jean*, compro Levi’s porque hace que otros vean de mí una persona a la moda, canchera, rebelde.

Sólo podemos ser como ese otro quiere que seamos (ese otro puede ser nosotros mismos en la función espejo, lo que deseamos aparentar, ser, que otros vean de nosotros). Como dice Wilensky: somos el deseo de otro.

Creemos que lo que importa está en nosotros y no es así, está en la imagen que nos llega del otro. En el consumo nos encontramos con la imagen que consciente o

inconscientemente queremos que otros vean.

No vemos los productos como son, los vemos como somos.

Por último veamos otro factor a tener en cuenta: La satisfacción: algunos productos (tarjetas de crédito, salidas al supermercado, ir de shopping, etc), producen la satisfacción imaginaria del deseo.

Entonces el consumo se resuelve mediante productos que nos permiten pasar de sujetos “incompletos – deseantes” a sujetos “completos”.

Los productos, que no son vistos como capaces de resolver estas situaciones estarán destinados al fracaso, mientras que los productos exitosos son aquellos que han sabido darnos a nivel simbólico una imagen que logró nuestra idealización y completó nuestro deseo.

El producto ideal es aquel que resuelve el problema funcional y satisface al sujeto en sus necesidades psicológicas e inconscientes.

Esa completitud es inalcanzable, pasa toda su vida tratando de correr detrás del deseo, que muta, se transforma y sigue avanzando. Esto nos favorece a la producción masiva de productos de todo tipo, cuanto más deseo hay, más productos aparecerán y serán aceptados.

Es por esto que es tan importante manejar la imagen del *packaging*, ya que en la instancia de compra, está implícito el deseo del sujeto. No se puede dejar al azar, hay que profundizar, investigar, tratar de saber qué deseos debe provocar y qué necesidades satisfacer.

Diseño + marketing y psicología, es la “tríada del éxito”, no deben ser dejados nunca de lado a la hora de pensar en un envase o contenedor.

Los invito, profesores, a inculcar a sus alumnos más allá de la estética, “abriendo las cabezas” de esos chicos e incorporándoles conceptos de otras disciplinas que muchas veces favorecen a una excelente respuesta áulica.

No sólo basándonos en cuestiones de gráfica y morfología, que, por otro lado tampoco debemos ignorar son parte de este mundo del *pack*, llegaremos a buenos resultados. Considero que cuanto más le limitemos la visión, menos lograremos en cuanto a novedad y *creatividad en este universo del packaging*.

El análisis de una pintura

Alejo Lo Russo

Uno de los trabajos prácticos que se plantean en el Taller de Reflexión Artística I es el análisis de una obra plástica como ejercicio para agudizar la mirada reflexiva. El abordaje de una obra de arte en el nivel universitario es de por sí complejo debido al escaso acercamiento a los fenómenos artísticos en los diferentes niveles previos de la educación formal. El desafío que se les propone a los alumnos es importante, sin embargo, es fundamental este entrenamiento visual con el objetivo de agudizar la percepción visual así como para desarrollar la sensibilidad plástica. Si bien las diferencias entre el artista y el diseñador son amplias y exceden este artículo, el manejo de elementos plásticos en sus producciones es algo que tienen en común y es deseable entonces que el aprendiz de diseñador amplíe sus horizontes visuales

aprendiendo a “leer” obras, de cualquier época, propiciando así un mejor manejo de los elementos del lenguaje visual involucrados en su práctica.

Presentamos aquí un estudio de caso en el que analizamos una obra teniendo en cuenta los aspectos básicos a tener en cuenta al momento de abordar el análisis, a saber, los aspectos técnicos, iconográficos, formales y la relación de la obra en un contexto histórico-social.

Estudio de caso: “Retrato de Margarita Gonzaga”; Autor: Frans Pourbus II (llamado “el joven”); Título: Retrato de Margarita Gonzaga; Técnica: Oleo sobre tela; Medidas: 96 x 72 cm.; Ubicación: Museo Nacional de Bellas Artes de Buenos Aires.

Esta obra puede inscribirse en la corriente estilística de los retratos impuestos por la poderosa corte española en el siglo XVI e inicios del XVII. Podemos ver un estilo formal, frío donde predomina la rigidez de la línea, la observación penetrante del detalle y la inmovilidad de la forma.

En la determinación de este estilo tuvo gran influencia el pintor flamenco Antonio Moro (1512-1576) que trabajó en las cortes de Carlos V y de Felipe II. Creó escuela en España y con él se formaron importantes artistas como Sánchez Coello.

Frans Pourbus habría recibido la influencia de este estilo en la corte hispanizada de Bruselas cuando estuvo a su servicio entre 1596 y 1600.

En el año 1600 Pourbus entra al servicio del duque de Mantua Vicente Gonzaga, quien le encarga el retrato de sus hijas entre quien se encontraba el personaje de esta obra, la princesa Margarita Gonzaga quien contaba con doce años de edad a la fecha de realización del cuadro.

En la obra la princesa está de pie, con el cuerpo girado de tres cuartos de perfil hacia su derecha y con la cabeza girada de manera que mira hacia el espectador. La figura está representada hasta un poco más abajo de la cintura. Su brazo izquierdo está apoyado sobre un parapeto que se encuentra delante de ella y el otro cae libremente.

La composición está regida por la verticalidad dada por el formato de la obra y por la postura de pie de la figura. Esta verticalidad se ve reforzada por las líneas del bordado del corsé.

La figura se encuentra en un espacio definido por el paño que pende detrás y el parapeto que se encuentra delante. Por detrás del paño percibimos un espacio indefinido y en penumbras. Está ricamente vestida con un traje brocado con motivos de pequeñas flores rojas y blancas dispuestas en bandas, y sobre éste lleva un corsé que afina su figura y se completa con hombreras y medias mangas ligeramente abiertas. El corsé, las medias mangas y la falda son de una tela color verde azulado con pequeñas flores rojas y azules y con bordados en hilos de oro. Tiene un cuello de gorguera abierta de encajes recamado en oro y perlas. En los puños repite similar detalle de encajes del cuello de gorguera.

Sobre su manga izquierda cuelga una joya compuesta por piedras de corte cuadrado engarzadas en una pieza circular de oro y con perlas colgando. Alrededor del escote tiene piezas de joyería similares. Finalmente sobre el peinado tiene una diadema de oro con piedras y perlas, detrás de la diadema aparece un *aigrette* como remate.

Podemos ver la gran cantidad de perlas que lleva la princesa en diferentes partes de su indumentaria. Uno de los atributos de Santa Margarita de Antioquía, protectora de las parturientas, son las perlas que lleva generalmente formando un rosario. Por otro lado entre los griegos las perlas eran el emblema del amor y del matrimonio y en general de la fuerza generatriz.

Esta simbología estaría en relación con la función de este tipo de cuadros que era la de posibilitar el conocimiento de la imagen de una persona a otra con el fin de promover el matrimonio entre ambas. De la misma manera, la riqueza de la vestimenta descrita simbolizaba la riqueza del personaje y por consiguiente su dote.

Vemos que el núcleo focal de la obra es el óvalo en el cual podemos inscribir el rostro de la figura. Este rostro-núcleo está rodeado de elementos que refuerzan su importancia. Hacia la derecha se destacan las fuertes diagonales marcadas por el cuello de gorguera que se ve en todo su volumen. En el lado opuesto se encuentra el nudo del paño que pende detrás de la figura. Otros elementos que enmarcan y jerarquizan la zona del rostro son la diadema y el *aigrette* por arriba y el escote del vestido y las joyas por debajo.

La proporción anatómica también jerarquiza el rostro ya que la cabeza puede verse de dimensiones un tanto mayores a las normales en relación con el resto del cuerpo.

En esta obra podemos hablar de una luz focalizada en el rostro y en el paño que hace de fondo de la cabeza de la figura, y otra luz “fragmentada” que vemos en la infinidad de pequeños brillos en las perlas, piedras talladas y bordados dorados del vestido. De esta manera se genera un ritmo que contrasta con la inmovilidad de la figura.

Esta estabilidad de la figura está dada por la coincidencia de la figura con el eje central vertical de la composición así como por la forma de trapecio (forma estable) en la cual podemos inscribir la figura por debajo del cuello. Esta estabilidad e inmovilidad son contrastadas por el paño con pliegues detrás de la figura que agrega una idea de dinamismo a la composición.

Podemos ver que el color rojo del paño es cálido y se establecería una graduación de la temperatura de los colores que van de más cálidos a más fríos llevando la mirada hacia la zona del rostro. Del rojo del paño pasamos a un color menos cálido como el amarillo del cuello de gorguera y de allí al rosa y blanco fríos del rostro.

Por otro lado vemos el contraste del verde azulado del paño del vestido con el amarillo, más cálido de los bordados.

La obra está realizada con una pincelada no perceptible, perdida. La superficie es lisa. Se puede percibir un gran detallismo en las pequeñas pinceladas que configuran las piedras talladas, las pequeñas perlas o el cabello.

Referencias bibliográficas

- A.A.V.V. *Donaciones recibidas Museo Nacional de Bellas Artes 1975-1979* (catálogo), Asociación Amigos del M.N.B.A, Buenos Aires.
- Benezit, E. (1924) *Dictionnaire des peintres, sculpteurs, graveurs, dessinateurs*. París.

- Hall, James. (1974) *Diccionario de temas y símbolos artísticos*. Madrid: Alianza.
- Navarro, Angel. (1994) *La pintura holandesa y flamenca (del siglo XVI al XVII) en el Museo Nacional de Bellas Artes de Buenos Aires*. Buenos Aires: Asociación Amigos del M.N.B.A.

Análisis de la experiencia educativa desde la didáctica

Cristina Amalia López

Evaluación de mi experiencia docente desde la mirada de la didáctica tomando como punto de partida una e-vocación que permita llegar al análisis de las acciones áulicas y las estrategias de enseñanza aplicadas, para hacer del aprendizaje, una tarea significativa que invite a pensar.

Aprendiendo a escuchar al alumno y sus circunstancias: El voluntariado docente

A raíz de cursar la materia Introducción a la Didáctica en la Universidad de Palermo dentro del Programa de Formación y Capacitación Docente, se nos convidó a reflexionar acerca de una experiencia significativa que a modo de e-vocación pudiéramos relatar para compartir en el aula y luego desde ella efectuar el análisis didáctico correspondiente.

Por ello me parece que el relato que a continuación comparto con ustedes, puede ser un humilde aporte a la reflexión y muchos quizás puedan empatizar o no con mis vivencias, pero lo importante es que a través de ello, el disparador del tema dio origen a un análisis profundo de mi acción docente y quizá muchos educadores puedan sentirse identificados.

La experiencia que comparto con ustedes transcurre en 1993 mientras realizaba voluntariado en la escuela Fili Dei de Retiro, cuando lideraba la Comisión de Capacitación y Desarrollo del Círculo de Premiados de la Fundación Bolsa de Comercio de Buenos Aires.

En aquella oportunidad el grupo de la comisión mencionada vio con agrado mi propuesta de trabajar con chicos de escuelas carenciadas, ayudándolos en su proceso de aprender.

Entendimos que como jóvenes comprometidos con la sociedad, que teníamos oportunidad de educarnos y gozábamos de una buena formación académica, podríamos ayudar a otros a alcanzar objetivos exitosos en su aprendizaje.

Cuando nos involucramos con esta escuela, luego de conocer su organización interna y sus formas de educar, accedimos a la oportunidad de ejercer el voluntariado como maestros (cubriendo suplencias o como ayudantes) o bien simplemente participábamos del entretenimiento de los chicos en los recreos. Así en una de estas jornadas tuve que estar al frente del séptimo grado. Los chicos que asisten a esta escuela, y que viven en la villa 31 son personas muy diferentes a los de otros colegios porque su realidad diaria los hace enfrentarse con situaciones muy crudas. Es más, algunos no son niños ya son muchachos, tienen más de 14 años y por lo general

han repetido el grado en varias oportunidades. No prestan atención, la violencia es la forma de comunicarse y los epítetos e insultos son la moneda común con que se dirigen a sus compañeros. Se torna muy difícil enseñar cuando los alumnos no prestan atención y no se predisponen a aprender. No conocen el silencio...

Al estar frente al aula tuve un clic, porque me di cuenta que entre todos los alumnos algunos eran seguidores de mis comentarios pero otros, ausentes, se dedicaban a golpearse unos con otros y me resultaba difícil hacerlos callar. De hecho me percaté que estaba gritando, yo también, solicitando orden y medida, y me estaba poniendo a la par de ellos.

Imaginé por unos segundos como me estaban viendo, los que me prestaban atención, y pensé que si seguía en esa postura no avanzaría en nada, y los que querían aprender, se quedaban con la imagen de una maestra enajenada, gritando casi tanto como ellos para solicitar silencio y el tiempo se pasaba sólo en eso. Hubo un antes y un después en mí... Aprendí a mirar al alumno de otra manera y a involucrarme desde la afectividad, a crear un clima que permitiera conocernos mutuamente y convivir con reglas pautadas.

Cambié radicalmente la estrategia, y comencé a hablar en secreto, solo a quienes desde el inicio prestaban atención a mi propuesta.

Cada vez hablaba más bajo, y gesticulaba con mayor agudeza... Marcando en cada gesto una teatralización, y siempre con una sonrisa. Al cabo de unos minutos, uno de los revoltosos empezó a mirarme con atención y codeó a los demás. Así uno a uno los alumnos que hacían lío en la clase comenzaron a silenciar sus voces. Descubrí para mi asombro que la estrategia había dado resultado. Estaba captando su atención... Logré que su curiosidad despertara su deseo de ver lo que estaba haciendo. Logré que todos tomaran asiento y entonces uno de los alumnos (de 16 años y muy corpulento me preguntó: ¿que pretende?) Y yo le respondí: - Hacer que mi tiempo aquí valga la pena!!! Me miró y se sentó indagando, que era lo que estaba haciendo... Y mirándolos uno a uno les expliqué la razón por la que estaba allí. Que nadie me obligaba ni me pagaba ni me pedía que fuera a dar clase, que simplemente quería ayudarlos a pensar, a cambiar la realidad y que creía posible un mundo mejor.

Una chica muy desarrollada físicamente me preguntó: - ¿Que quiere de nosotros?; Otra se anticipó a mi respuesta y me increpó: - ¿Para qué quiere que cambiemos si todo es lo mismo! Otro chico dijo: - A mi me mandan a la escuela para sacarme de encima mientras mis viejos se drogan. Y como eso mucho más....

En ese momento sentí que debíamos hablar de su realidad y les dije que me interesaba conocer su opinión, saber sobre sus vidas y sus ganas, dónde pensaban llegar, cuáles eran sus sueños. Los ojos de todos se abrieron sorprendidos. Y uno dijo: ¿Qué quiere saber? ¿Quiero saber si eres feliz!

Se hizo un gran silencio en toda el aula. Luego pregunté: ¿Saben que significa ser feliz? Y cada uno mencionó lo que sintió en ese momento. La mayoría centraba sus respuestas en lo material, y en el deseo de tener un papá y una mamá que los amara, algunos sólo querían festejar