

la eficacia del mensaje. Nos resta analizar los otros dos componentes, vocal y visual, pero merecen, dada su importancia, una presentación aparte.

Educación e investigación. Aportes para la producción del conocimiento

María Rosa Rago

En los últimos tiempos la educación ha ido avanzando hacia el análisis de los medios de comunicación y hacia la incorporación de sus componentes en el marco educativo.

En un mundo cada vez más globalizado, las instituciones y sus docentes han debido actualizar los contenidos de sus planes de estudios y asimismo, de sus programas para permitirles a los estudiantes adquirir conocimientos válidos en sus mercados laborales.

La producción del conocimiento es ahora más que nunca, un desafío compartido entre las instituciones, los docentes y la sociedad. Las actuales investigaciones en el área educativa, nos arrojan resultados que nos permiten comprender que sin una unificación de criterios entre los actores del sistema, es poco probable enseñar contenidos que sean productivos para los futuros profesionales.

La producción compartida del conocimiento, no sólo nos permitirá tener generaciones de profesionales mejor preparados para enfrentar a los mercados, sino que también, nos ayudará a que, de forma paulatina, se puedan enriquecer los contenidos educativos que se brindan en las instituciones.

En los últimos tiempos los avances de los espacios virtuales y de las herramientas que allí se encuentran, nos han obligado a incorporar en el ámbito de la docencia las últimas tendencias de la comunicación. Permittiéndonos tanto al docente como a los alumnos, ir incorporando dinamismo y actualidad a las diferentes asignaturas.

Un buen ejemplo de cómo se pueden presentar los avances en materia de comunicación en las aulas, son los que utilizamos los docentes que dictamos asignaturas poco convencionales. Las de las llamadas profesiones del presente y el futuro inmediato, ya que somos los docentes y las instituciones que brindan formación en estas áreas, los que vamos preparando los terrenos para las nuevas profesiones.

El mejor dato que podemos aportar en lo que a comunicación se refiere, es el avance tecnológico y la incorporación de las herramientas del mercado a las aulas, tales como cuando explicamos cómo trabajar con la imagen de los políticos. Una herramienta muy utilizada en las Relaciones Públicas y particularmente en las campañas políticas, son las plataformas de los candidatos interactuando con los *sites web* y *facebook*. Como lo ha hecho recientemente el presidente de los Estados Unidos, Barack Obama, que según estadísticas tiene millones de seguidores en *facebook*.

Los asesores en relaciones públicas para la imagen política de un candidato, declaran que los puntos estratégicos en la nueva comunicación, están puestos en las nue-

vas tecnologías. A su vez, es cierto que una campaña, no puede sólo estar montada en la web. También es necesario recordar que los medios masivos de comunicación, como la televisión y los diarios siguen vigentes. Frente a una campaña electoral nos encontramos con los términos tales como: - asesor y consultores – encuestas – sondeo – intención de voto – y *focus group*, entre tantos otros vocablos que componen el análisis de trabajo del relacionista público como asesor, *lobbyista* y estratega.

En vista de la necesidad de la incorporación de las herramientas tecnológicas para la comunicación y la educación, tendemos a considerar que debemos acudir cada vez más a las investigaciones de mercado para actualizar los contenidos educativos a la realidad profesional con la que los futuros profesionales se van a encontrar en el mercado laboral. Pero no sólo es importante la investigación para conocer las últimas tendencias en herramientas de comunicación, sino que es sumamente necesario, capacitarse para incorporarlos dentro del espacio áulico y del sistema educativo fundamentalmente.

Por lo tanto, en educación no sólo es necesario actualizar los contenidos, sino que el acento debe estar puesto en los aportes que las investigaciones les brindan a la educación, para construir nuevos contenidos educativos que permitan mantener vigentes los planes de estudios y los programas que se brindan en las instituciones educativas mejorando las herramientas que se desarrollan en el espacio áulico.

Generar diseño. Funcional y/o estético

Estela Reca

Cierto es que los diseñadores en cualquiera de sus disciplinas están abocados a dar una respuesta funcional y estética.

Siempre fue sumamente difícil cuantificar los porcentajes de estas dos premisas, el que a su vez fue variando con el paso de los años. Corrientes del siglo pasado tomaron partido por alguna de ellas como preferencia, pero la realidad es que la verdadera conquista se produce cuando ambas características se unen de forma tal que, otorgan una respuesta óptima a un problema de diseño.

Por ejemplo, espacios sanitarios, que demandan de una respuesta altamente funcionalista, logran hoy encontrar en la estética moderna un sin número de intenciones de diseño, de imágenes, de textura y de colores que separa al alumno en formación, de los conceptos convencionales y meramente funcionalistas.

Debemos recordar además que en los tiempos que corren, donde el desarrollo tecnológico está a la cabeza de la investigación, extrae de los materiales las inimaginables opciones a la hora de utilizarlos. Formas, colores, texturas, encuentros, combinaciones. Tomemos por ejemplo el cristal, un material que en esta última década se integra a los espacios de diseño con infinidad de opciones, impensables en otros momentos, ganando así hegemonía y protagonismo. Muchos son los tratamientos superficiales que con él se logran, la incorporación del color en su masa, de aire, de burbujas, la morfología que alcanza, y las dimensiones, que hasta fines del siglo

pasado eran impensados.

Asimismo el alumno, en el momento del aprendizaje, trae el bagaje de sus propias vivencias, condicionante a contemplar, para poder incorporar otras posibilidades. Mirar desde otros puntos de vista, desarrollar la capacidad de observación que le permita diferenciar y percibir. Y para ello lo importante es enriquecerlos con imágenes poco convencionales, con materiales y conjugaciones impensadas.

Estimular la creatividad sin perder de vista el objetivo final da resultados fantásticos, sorprendiéndose ellos de las opciones nunca vistas. Y cierto es que muchas de ellas emergen de su propio interior, a partir de la investigación. Herramienta fundamental para formarse en cualquiera de las áreas del diseño. La investigación debe tomarse como un "aquilatar" en forma permanente en todos los campos del diseño, porque hoy el diseño se encuentra en todas las áreas que competen al hombre: vestir, calzar, habitar, desplazarse en vehículos, utilizar elementos industriales que propongan un buen diseño. La incorporación del conocimiento genera una sinergia interior de forma tal que a la hora de encontrarse ante un tema de diseño, el alumno puede volcar en forma vasta y combinada diferentes propuestas.

En el aula se promueve el conocimiento a través de las clases teóricas, muestras, fichas técnicas, imágenes. Pero también se impulsa al alumno a la búsqueda y al análisis de la misma. Allí es donde comienzan a comprender cuán vasto es nuestro universo, el universo del diseño. Allí es donde se lo empieza a amar produciéndose un ritmo interior que se desplaza como un movimiento centrípeta, queriendo captar todo aquello que está a su alrededor, que pueda incorporarse al mundo de las sensaciones.

Ante una propuesta concreta, surgen tantas respuestas como alumnos hay en el aula. La muestra grupal los expone, los invita a la utilización de una mejor semántica a la hora de exponer su trabajo. Se insertan rápidamente las observaciones, críticas y comentarios sumativos de sus compañeros y del docente, que enriquecen cada uno de los proyectos y por tal, el interior de cada futuro diseñador.

Hoy las formas de aprendizaje, deben flexibilizarse como la realidad que nos toca vivir. La constante es el cambio y por tal la adaptación. Con qué herramientas debe contar un diseñador hoy para ser exitoso en el mercado?Cuál es la demanda del público? Qué pretende el comitente cuando nos contrata?

Las respuestas del 2009 son muy diferentes a las de la década del '70 y seguramente lo serán respecto del año 2030.

Por tal no podemos formarnos de la mano de antiguas premisas, basándonos en conceptos del ayer, es importante tener en cuenta que hoy es muy alto el porcentaje de la gente que consume diseño. Aquel que tiene una posibilidad económica descomprimida demanda por productos de diseño, pero además, actualizados y quien se encuentra en situación contraria, en muchas ocasiones prefiere sacrificar calidad por diseño.

Por tal, si estamos en la era de la cultura de la imagen, debemos enseñar entre otras cosas a mostrarnos, dando paso primero a mí como diseñador, contando para ello

con mi portfolio de trabajos, luego al proyecto solicitado.

De la misma forma debemos trabajar nosotros en el aula con ellos. Bienvenidas las clases teóricas, los conceptos básicos del diseño, pero de la mano, las nuevas propuestas, las nuevas tecnologías, los jóvenes materiales, la morfología no tradicional, la cromaticidad combinada, etc. Bienvenido el lenguaje proyectual, el académico, el no verbal, la expresión gráfica, la semántica en la oratoria, etc.

Creo que una de las formas de lograr este crecimiento interior, este romper con las estructuras tradicionales de la enseñanza del diseño, es exponerlos en sus proyectos y acompañarlos en el análisis de ellos. Verter sobre su diseño nuestros conocimientos y no hacerlo sobre nuestros propios ejemplos. Incorporarnos al camino del alumno permitirá acompañarlo en el proceso de aprendizaje. El resultado será que un día ya podrá caminar por sus propios medios, dejándonos nosotros el camino libre, alejándonos sin que perciban nuestra ausencia. Hacerlos crecer en el diseño es encenderles una llama interior.

Considero que en la situación grupal, donde el alumno es un participante y no un espectador, donde se expone y además propone en una situación de debate común seguido de consenso, es donde se incorporan mayores conocimientos, es una forma de estimular la búsqueda de nuevas intenciones, imágenes y sensaciones.

Enriquecer el mundo del alumno desde el espacio que a ellos les toca recorrer, desde su problemática, desde su actualidad, brindándoles incorporarse a un mundo desconocido pero acorde con su realidad, es decir contemplando la transversalidad de los conocimientos, la incorporación de especialistas, el crecimiento del diseño en el mundo.

El sobrediseño: problemas sobre el diseño actual

Mauricio Rinaldi

El diseño ha sufrido en los últimos años una evolución antes no prevista en diversas direcciones y en diferentes actividades. El resultado es que hoy todo es diseño, con lo cual el término "diseño" ya no tiene la claridad conceptual que tuvo en sus orígenes. Por ejemplo, en los primeros años del siglo XX aquello que era diseño no incluía al arte tradicional; nadie hubiera tenido la ocurrencia de pensar que, por ejemplo, una silla de estilo Luis XVI fuese un objeto de diseño, aún cuando se le reconocieran sus valores estéticos; menos aún se hubiera considerado como objeto de diseño a La Gioconda de Da Vinci.

La situación hoy es diferente de la de hace algunos años. En efecto, el diseño pasó a ser considerado como un fenómeno creativo y productivo, con lo cual inevitablemente todo pasó a ser diseño. La entera vida social es el resultado del diseño, con lo cual se establecieron áreas o tipos de diseño: diseño industrial, diseño gráfico, diseño de interiores, diseño de paisajes, diseño de indumentaria, diseño de objetos, diseño de joyas, dise-